

**OSNOVNI PODACI:**

|                        |                |  |
|------------------------|----------------|--|
| Organizaciona jedinica | 01.07.100.     | Fakultet poslovne ekonomije                            |
| Skraćenica             | <b>FPE-CMM</b> |  |
| Katedra                | 01.06.340.     | Katedra za preduzetničku ekonomiju                     |
| Predmet/modul          | 5.01.12.015.   | <b>Unapređenje prodaje–Merčendajz.&amp; Franšizing</b> |

**VRSTA PREDMETA:**

|                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| Funkcionalna oblast     | <b>Specijalistički</b> |
| Nivo apstraktnosti      | <b>Srednji</b>         |
| Tip predmeta-obaveznost | <b>Obavezni</b>        |

**MATIČNOST PREDMETA:**

|                   |                 |                                |
|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| Naučna oblast     | <b>5</b>        | <b>Društvene nauke</b>         |
| Naučno polje      | <b>5.01.</b>    | <b>Ekonomija</b>               |
| Uža naučna oblast | <b>5.01.12.</b> | <b>Preduzetnička ekonomija</b> |

**OPIS PREDMETA:**

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Obrazovni i profesionalni ciljevi: | Sticanje znanja iz oblasti:<br>1. Savremene maloprodaje, pre svega manjih trgovinskih organizacija i radnji<br>2. Unapređivanja prodaje u maloprodaji (merčendajzing)<br>3. Afirmacija strateških partnerstava, sa akcentom na franšizing aranžmane   |
| Kompetencije/obrazovni ishodi:     | Usvajanjem modula znanja za ovaj predmet student će biti u stanju da analizira mogućnosti unapređivanja prodaje u manjim trgovinskim organizacijama.  |
| Savladane vještine:                |   |
| Sadržaj predmeta:                  | <p><b>POJAM I ELEMENTI PRODAJE ... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.1. TRŽIŠTE..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.2. TRGOVINA..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.3. ROBA ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.4. TROŠKOVI PRODATE ROBE..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.5. KALKULACIJA ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.6. KALKULACIJA U TRGOVINI ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.7. USLUGE..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.8. KUPCI, PRODAVCI I POTROŠAČI ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>1.9. PRIRODA I ULOGA PRODAJE ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p><b>2. UNAPREĐENJE PRODAJE .... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.1. MARKETING ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.2. ORIJENTACIJA KOMPANIJE KA TRŽIŠTU <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.3. MENADŽMENT..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.4. MALOPRODAJA..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.5. UNAPREĐENJE PRODAJE ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.6. KANALI PRODAJE ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>2.7. DISTRIBUCIONI KANALI..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p><b>3. MERČENDAJZING..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>3.1. DEFINISANJE MERČENDAJZINGA.... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>3.2. NAČIN DJELOVANJA MERČENDAJZINGA <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>3.3. MOMENTI (TRENUTCI) ISTINE ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>3.4. MERČENDAJZING MENADŽMENT ... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> <p>3.5. ROBNA RAZMIJENA ..... <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b></p> |

|           |  |                                     |
|-----------|--|-------------------------------------|
| 3.6.      | VIZUELNI MERČENDAJZING .....                     | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 3.7.      | ZLATNI TROUGAO.....                              | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 3.8.      | UPRAVLJANJE ZALIHAMA NA POLICAMA.....            | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 3.9.      | IZLAGANJE PROIZVODA .....                        | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 3.10.     | INSTORE OGLAŠAVANJE .....                        | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| <b>4.</b> | <b>TRŽIŠNI ŽIGOVI I ROBNE MARKE</b> .....        | <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b> |
| 4.1.      | NOVA EKONOMIJA.....                              | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 4.2.      | TRGOVAČKI ŽIG I ROBNA MARKA .....                | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 4.3.      | BREND I BRENDING.....                            | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| <b>5.</b> | <b>FRANŠIZING</b> .....                          | <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b> |
| 5.1.      | EVOLUCIJA FRANŠIZINGA .....                      | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 5.2.      | DEFINISANJE I POJAM FRANŠIZINGA.....             | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 5.3.      | SAVREMENI TREND OVI U FRANŠIZNOM POSLOVANJU..... | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 5.4.      | RAZLOZI ZA FRANŠIZING .....                      | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 5.5.      | FRANŠIZNI SISTEM.....                            | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |
| 5.6.      | NAJČEŠĆA PITANJA O FRANŠIZINGU.....              | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.        |

### METRIKA PREDMETA:

| ECTS     | Nastavne aktivnosti (čas) |    |                 |                           |                     | Individualni rad         |                             | SVEGA časova rada |                  |
|----------|---------------------------|----|-----------------|---------------------------|---------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------|------------------|
|          | Kontakt časovi            |    | Vježbe treninzi | Seminarski i stud. radovi | Pedagoške radionice | Stručna i klinič. praksa | Individual. i grupno učenje |                   | Istraživ. izvora |
|          | R                         | V  |                 |                           |                     |                          |                             |                   |                  |
| <b>5</b> | 20                        | 10 |                 | 24                        |                     |                          | 84                          | 12                | <b>150</b>       |

|                                 |                          |  |  |  |
|---------------------------------|--------------------------|--|--|--|
| <b>Jezici izvođenja nastave</b> | <b>Jezici naroda BiH</b> |  |  |  |
|---------------------------------|--------------------------|--|--|--|

### PREDUSLOVI ZA PRISTUP

| Šifra | Naziv predmeta/modula znanja | Ocjena | Opis uslova (dodatni)    |
|-------|------------------------------|--------|--------------------------|
|       |                              |        | Uslov godina studija ≥ 3 |

### METODIKA IZVOĐENJA PREDMETA

U toku obrade predmeta predviđena su:

- 30 kontakt-sati interaktivnih predavanja;
- 12 sati za istraživanje izvora;
- 24 sata za izradu seminarskog rada;

**Predavanja** prema utvrđenom rasporedu uz korištenje savremenih prezentacionih i demonstracionih sredstava i tehnika sa primjenom interaktivne metode rada sa studentima čime se stiče uvid u njihova predznanja i specifična iskustva zasnovana na obrađivanoj problematici, ali i uvid u kontinuitet savladavanja gradiva. Korištenje didaktičkih i **edukativnih sadržaja u elektronskoj i digitalnoj formi** (koji uključuju i snimljena predavanja i mentorske vježbe) na različitim video-prezentacionim medijima (video-kasete, interaktivni multimedijalni optički mediji).

Student je obavezan da brani **seminarski rad** pred studentskim auditorijem uz primjenu LEG-skale za evaluaciju govornika/prezentatora (razvijene na Panevropskom univerzitetu) od strane studenata-slušaoaca.

Seminarski radovi moraju zadovoljiti metodološke kriterije akademske pismenosti, standarde korektnog citiranja, zahtjeve minimalnog "obima rada" i zahtjeve "sadržaja rada" definisane sa mentorom odn. predmetnim nastavnikom prilikom zadavanja teme.

Radovi moraju da budu veći od minimalnog obima koji iznosi 7 stranica standardno-formatiranog teksta. Rad metodološki i po sadržaju mora da odgovara zahtjevima teme. Rad ne smije biti doslovno prepisan iz izvora, već se svi citati moraju referencirati.

Seminarski ili pristupni radovi, obima od najmanje 20 stranica standardno-formatiranog A4 teksta, koji su izrađeni po propisanoj metodologiji i sadržajem obezbjeđuju najvišu ocjenu (A – 10 – izvrstan) bodovati će se u ECTS sistemu sa 3 ECTS kredit-boda, koji se upisuju u studentsku knjižicu – indeks u sekciji "Ostale forme rada studenta".

Ovi radovi će se publikovati na WEB stranici univerziteta i kandidovati za objavljivanje u godišnjem Zborniku radova Panevropskog univerziteta. Svaki profesor može da kandiduje za eksterno bodovanje i objavljivanje ne više od 10 % studentskih seminarskih odn. pristupnih radova u okviru jedne generacije studenata iz predmeta na koje je izabran.

### EVALUACIJA RADA STUDENTA

| Red. br. | Vrsta evaluacije  | Parcijalna/konačna  | Opciona / obavezna | Procenat učešća |
|----------|---|---------------------|--------------------|-----------------|
| 01       | Učešće u kontaktnom radu - interakcija na predavanjima            | predispitna obaveza | obavezni           | 30 %            |
| 02       | Seminarski/stručni radovi studenta                                | predispitna obaveza | obavezni           | 20 %            |
| 03       | Ispitne aktivnosti – parcijalni test (problemski test)            | parcijalni          | opciono            | 40 %            |
| 04       | Ispitne aktivnosti – finalni test (problemski test, pisani ispit) | konačni             | obavezni           | 10 %            |

### LITERATURA / IZVORI (navedena po redosljedu važnosti)

| Autor (Prezime, Ime)  | Naziv publikacije                               | Sjedište izdavača    | Izdavač                         | God. izdanja | Vrsta publ. *  |
|---|---|----------------------|---------------------------------|--------------|----------------|
| a/ Osnovna literatura   |   |                      |                                 |              |                |
| Aleksandra Vidović  | Unapređenje prodaje, merčendajzing i franšizing | Banja Luka           | Panevropski univerzitet APEIRON | 2014         | Knjiga         |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
| b/ Dopunska literatura  |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
| c/ Ostali izvori - časopisi,                                    |   |                      |                                 |              |                |
| Autor – Prezime, Ime<br>(ukoliko je izvor članak)               | Naziv časopisa                                  | Sjedište izdavača    | Izdavač                         | God. izdanja | Vrsta časopisa |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
| c/ Ostali izvori – Internet (WEB) izvori                        |   |                      |                                 |              |                |
| Naziv sajta   | Adresa sajta                                    | Naziv rada/hiperlink |                                 | Očitano      |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
|   |   |                      |                                 |              |                |
| (*)Vrsta publikacije (knjiga, skripta, kompendium, multimedija) |   |                      |                                 |              |                |