

OSNOVNI PODACI:

Organizacijska jedinica	01.07.100.	Fakultet poslovne ekonomije
Skraćenica	FPE-CMM	
Katedra	01.06.320.	Katedra za marketing i menadžment
Predmet/modul	5.01.07.015.	Trgovinski marketing menadžment – napredni nivo

VRSTA PREDMETA:

Funkcionalna oblast	Jezgreni
Nivo apstraktnosti	Napredni
Tip predmeta-obaveznost	Obavezni

MATIČNOST PREDMETA:

Naučna oblast	5	Društvene nauke
Naučno polje	5.01.	Ekonomija
Uža naučna oblast	5.01.07.	Marketing

OPIS PREDMETA:

Obrazovni i profesionalni ciljevi:	<p>Ovaj predmet u potpunosti upućuje studenta u cjelokupnu oblast Trgovinskog marketing menadžmenta, od upoznavanja sa teorijskim osnovama i načinima istraživanja, definisanja uslužnog proizvoda, primjene menadžmenta istraživanja za potrebe razvoja trgovinskog marketinga, do naprednih instrumenata trgovinskog marketing menadžmenta i definisanja kompleksnih marketing strategija.</p>
Kompetencije/obrazovni ishodi:	<p>Student izučavanjem predmeta Trgovinski marketing menadžment stiče napredna znanja iz oblasti trgovinskog marketing menadžmenta na osnovu kojih efikasno i stručno upravlja vertikalnim marketingom i drugim procesima trgovanja kao što su nabavka, skladištenje i prodaja . Takođe studenti stiču znanja iz savremenog digitalnog poslovanja iz oblasti strateškog planiranja e-marketinga, segmentacije na internetu, e-marketing miksa, e-trgovine kao modela e-poslovanja.</p>
Savladane vještine:	<p>Izrada trgovinskog marketing plana - planiranje, kontrola ciljeva, revizija na osnovu ostvarenja</p>
Sadržaj predmeta:	<p>Trgovina i trgovinska politika</p> <p>Sistem i struktura</p> <p>Forme i način tržišnog nastupa trgovine</p> <p>Trgovinski marketing</p> <p>Marketing logistika</p> <p>Trgovinski menadžment</p> <p>Zaštita potrošača</p> <p>Evolucija trgovinske marke</p> <p>Strategija razvoja trgovinske marke</p>

	Upravljanje trgovinskom markom Proces marketinških istraživanja na internetu Strateško planiranje e-marketinga Segmentacija na internetu E-marketing miks E-trgovina kao model e-poslovanja
--	--

METRIKA PREDMETA:

ECTS	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad		SVEGA časova rada
	Kontakt časovi	Vježbe treninzi	Seminarski i stud. radovi	Pedagoške radionice	Stručna i ključ. praksa	Individual. i grupno učenje	Istraživ. izvora	
5	45			24		75	6	150

Jezici izvođenja nastave	Jezici naroda BiH			
---------------------------------	--------------------------	--	--	--

PREDUSLOVI ZA PRISTUP

Šifra	Naziv predmeta/modula znanja	Ocjena	Opis uslova (dodatni)
			Uslov godina studija ≥ 2

METODIKA IZVOĐENJA PREDMETA

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).

Primjena **informaciono-komunikacionih tehnologija** (ICT) koje omogućavaju studentima da kroz kompjuterski podržano učenje i istraživanje (*Computer Assisted Learning & Research*) ostvare aktivan odnos u procesu sticanja znanja uz pomoć računarske i komunikacione tehnologije, da ostvare dublju interakciju sa nastavnim sadržajima i primjenu istraživačkih tehnika u samom procesu sticanja znanja.

Problemske radionice (*workshops*) u kojima se sadržaji vezani za određene teme predstavljaju u vidu konkretnog problema čije se rješenje treba ponuditi kroz individualnu i grupnu interakciju. Primjenjuju se specifične radionice obrade "**studija slučaja**" (*case-study analysis*).

EVALUACIJA RADA STUDENTA

Red. br.	Vrsta evaluacije	Parcijalna/ konačna	Opciona / obavezna	Procenat učešća

01	Učešće u kontaktnom radu - interakcija na predavanjima	predispitna obaveza	obavezni	10 %
03	Seminarski/stručni radovi studenta	predispitna obaveza	obavezni	20 %
04	Ispitne aktivnosti – parcijalni test (problemski test)	parcijalni	opciono	20 %
05	Ispitne aktivnosti – finalni test (problemski test, pisani ispit)	konačni	obavezni	50 %

LITERATURA / IZVORI (navedena po redosljedu važnosti)

Autor (Prezime, Ime)	Naziv publikacije	Sjedište izdavača	Izdavač	God. izdanja	Vrsta publ.*
a/ Osnovna literatura					
Grandov Z., Đokić M.:	Trgovinski marketing menadžment	Beograd,	BTO, Beograd	2011.	Knjiga
b/ Dopunska literatura					
Kapor Vladimir, Carić Marko	Ugovori robnog prometa	Novi Sad	Univerzitet Privredna akademija - Pravni fakultet	2007	Knjiga
Lovreta Stipe	Trgovinski menadžment	Beograd	Ekonomski fakultet	2005	Knjiga
Drago Ružić Antun Biloš Davorin Turkalj	E-MARKETING	Osijek	Ekonomski fakultet	2014	Knjiga
c/ Ostali izvori - časopisi,					
Autor – Prezime, Ime <i>(ukoliko je izvor članak)</i>		Sjedište izdavača	Izdavač	God. izdanja	Vrsta časopisa
Grandov , Jovanović R.:	Zaštita potrošača - komparativna analiza Srbije i susjednih zemalja	Banja Luka,	Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije EMC Review, Panevropski univerzitet Apeiron	2011	Naučno-stručni
c/ Ostali izvori – Internet (WEB) izvori					
Naziv sajta	Adresa sajta	Naziv rada/hiperlink		Očitano	
	Journal of Economics, Trade and Marketing Management, http://www.scholink.org/ojs/index.php/jetmm				
	The Retail and Marketing Review - Sabinet African Journals, Sabinet, https://journals.co.za/journal/irmr1				
(*)Vrsta publikacije (knjiga, skripta, kompendium, multimedija)					

