

Студијски програм/студијски програми: Пословна економија и манаџмент				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
<b>Назив предмета: УПРАВЉАЊЕ КАНАЛИМА ДИСТРИБУЦИЈЕ</b>				
<b>Наставник (Презиме, средње слово, име): Радосављевић Ж. Гордана</b>				
Статус предмета (на којим смеровима): Изборни на модулима Маркетинг и Менаџмент у туризму, II семестар				
Број ЕСПБ: 8				
Услов:				
<b>Циљ предмета</b>				
Циљ предмета је да студентима обезбеди теоријска и практична знања из области дистрибуције производа и услуга. Трговина и укупна дистрибуција представљају значајан сегмент система маркетинга. Студенти се упознају са комплексним односима између учесника у трговини и осталим каналима дистрибуције робе и услуга на домаћем и међународном тржишту.				
<b>Исход предмета</b>				
Знања која стичу у оквиру овог предмета представљају основу за ефикасно управљање комерцијалним и дистрибутивним активностима између свих учесника на тржишту. Студент се упознају са свим аспектима процеса управљања каналима дистрибуције и оспособљавају за решавање практичних проблема који су везани за дистрибутивне активности.				
<b>Садржај предмета</b>				
<i>Теоријска настава</i>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Теоријска основа управљања каналима дистрибуције</li> <li>• Институционална и функционална структура канала маркетинга</li> <li>• Планирање канала маркетинга</li> <li>• Кооперација и интеграција у каналима маркетинга</li> <li>• Развој стратегијског партнерства и маркетинга дугорочних односа</li> <li>• Електронски канали маркетинга</li> <li>• Физичка дистрибуција у систему маркетинга</li> <li>• Глобализација светског тржишта и интернационализација канала маркетинга</li> <li>• Глобални токови у структури канала маркетинга Европске уније</li> <li>• Основни елементи управљања ланцем снабдевања</li> </ul>				
<i>Практична настава: Индивидуалне и групне презентације и решавање задатака и пословних примера.</i>				
<b>Литература :</b>				
<i>Обавезна литература</i>				
1. Ловрета, С., Петковић, Г., Кончар, Ј., Канали маркетинга, Економски факултет, Београд, 2009.				
2. Ловрета, С., Петковић, Г., Трговински маркетинг, Економски факултет, Београд, 2010.				
<i>Допунска литература</i>				
3. Божић, В., Аћимовић, С., Маркетинг логистика, Економски факултет, Београд, 2012.				
4. Rosenbloom, В., Marketing Channels, Thompson, South Western, 2004.				
<b>Број часова активне наставе</b>				Остали часови 1
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 4	
<b>Методe извођења наставе:</b>				
Предавања, вежбе, самосталне и групне активности студената				
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>				
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>		<b>поена</b>
активност у току предавања	10	писмени испит		
практична настава	/	усмени испит		30
колоквијум-и	30	.....		
семинар-и	30			