

УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
 ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
 БРОЈ: 2750/XXI-2)
 ДАТУМ: 29.09.2017. год.
 Крагујевац

**ПРОГРАМ РАДА СА ДИНАМИКОМ ИЗВОЂЕЊА НАСТАВЕ
 НА НАСТАВНОМ ПРЕДМЕТУ ОСНОВНИХ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА**

| | | | | |
|---|--------|-----------------------|-----------------------------|---------------|
| Студијски програм/студијски програми: Пословна економија и менаџмент, Економија | | | | |
| Врста и ниво студија: Основне академске студије | | | | |
| Назив предмета: ЕКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЈА ТРГОВИНСКИХ ПРЕДУЗЕЋА | | | | |
| Наставник (Презиме, средње слово, име): Радосављевић Ж. Гордана, Борисављевић Н. Катарина | | | | |
| Статус предмета: Обавезан на модулу Маркетинг и Менаџмент, изборни на модулима: Берзе и берзанско пословање, Рачуноводство и пословне финансије, VIII семестар | | | | |
| Број ЕСПБ: 7 | | | | |
| Услов: | | | | |
| Циљ предмета | | | | |
| Циљ предмета је да студентима обезбеди теоријска и практична знања из области функционисања трговине у развијеним тржишним привредама, са посебним освртом на Србију. Кроз садржај предмета и предвиђене облике рада тежиште се ставља на пословање и организацију трговине на велико и мало, као и на могућности које пружа електронска трговина. Поред тога, посебна пажња је посвећена процесу интернационализације трговине, као и свим аспектима стратегијског управљања трговинским предузећем. | | | | |
| Исход предмета Знања која се стичу у оквиру овог предмета представљају основу за оспособљавање студената за ефикасно и ефективно обављање функционалних задатака у трговинском предузећу. Такође се развијају менаџерске способности студената за доношење стратегијских одлука и унапређење конкурентске способности трговинских предузећа, управљање новим информационим технологијама и сл. | | | | |
| Садржај предмета: Карактеристике савременог трговинског предузећа, Међузависност тржишта и трговине, Примарни и специјализовани посредници за пружање трговинских услуга, Кооперација и интеграција у каналима маркетинга, Утицај фактора окружења на развој трговине, Законитости у еволуцији институција трговине и трговинске мреже, Организација и функционисање трговине на велико и трговине на мало, Традиционалне и савремене тржишне институције, Интернационализација малопродаје, Улога трговинске политике у креирању структуре тржишта, Актуелни токови у трговини ЕУ, земаља у транзицији и Србији, Развој електронске трговине, Стратегијско управљање у трговини. <i>Теоријска настава:</i> Настава се одвија кроз презентацију наставних јединица предвиђених структуром предмета. <i>Практична настава:</i> Индивидуалне и групне презентације - засноване на индивидуалном и тимском раду студената на одређеном проблему везаном за трговинско пословање. | | | | |
| Литература (Назив и број страна): | | | | |
| Ловрета, С., Кончар, Ј., Петковић, Г., Канали маркетинга, Економски факултет, Београд, 2009.(240 стр.) (Главе: I, III, VIII, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XXI, XXII, XXVI, XXVII, XXVIII, XXIX, XXX) | | | | |
| Радосављевић, Г., ИНформациони систем за управљање трговинским предузећем, Економски факултет, Крагујевац, 2002. (70 стр.) | | | | |
| Број часова активне наставе | | | | Остали часови |
| Предавања: | Вежбе: | Други облици наставе: | Студијски истраживачки рад: | |
| 3 | 2 | 0 | 0 | |

| | | | |
|--|--------------|----------------------|--------------|
| Методe извођења наставe: предавања, вежбе, студије случајева, самосталне и групне активности студената. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| активност у току предавања | 3 | писмени испит | / |
| практична настава | 2 | усмени испт | 50 |
| колоквијум-и | 40 | | |
| семинар-и | 5 | | |

| ДИНАМИКА ИЗВОЂЕЊА НАСТАВЕ ПО ТЕМАТСКИМ ЦЕЛИНАМА | | | |
|---|--|--------------|------------------------------------|
| ТЕМАТСКА ЦЕЛИНА | ДАТУМ ОБРАДЕ (РАДНА НЕДЕЉА) | | ЛИТЕРАТУРА (од-до стр.) |
| | ПРЕДАВАЊА | ВЕЖБЕ | |
| 1. Уводно предавање (уознавање студената са циљем, значајем и структуром предмета, планом рада и начином оцењивања) | I недеља | | |
| 2. Међузависност тржишта и трговине | I недеља | | 5-19 |
| 3. Уводни час (уознавање са планом рада, подела студената у групе и дефинисање тема за израду приступних радова) | | I недеља | |
| Примарни субјекти канала маркетинга | II недеља | | 41-48 |
| 4. Специјализовани посредници у пружању трговинских услуга | II недеља | | 48-57 |
| 5. Примарни и специјализовани посредници (обнављање, презентације и дискусије студената) | | II недеља | |
| 6. Фактори окружења канала маркетинга | III недеља | | 139-153 |
| 7. Кооперација и интеграција трговинских предузећа | III недеља | | 213-225 |
| 8. Кооперација и интеграција у трговини (примери, обнављање, презентације и дискусије студената) | | III недеља | |
| 9. Развој стратегијског партнерства у каналима маркетинга | IV недеља | | 231-244 |
| 10. Анализа и контрола канала маркетинга | IV недеља | | 249-262 |
| 11. Примери анализе и контроле канала маркетинга | | IV недеља | |
| 12. Еволуција институција трговине у каналима маркетинга | V недеља | | 269-282 |
| 13. Организација и функционисање трговине на велико | V недеља | | 287-300 |
| 14. Историјски развој институција трговине (примери, обнављање, презентације и дискусије студената) | | V недеља | |
| 15. Колоквијум I | V I недеља | V I недеља | |
| 16. Организација и функционисање трговине на мало | V II недеља | | 305-318 |
| 17. Карактеристике малопродајне мреже | V II недеља | | 325-338 |

| | | | |
|---|--------------|-------------|---------|
| 18. Организација и функционисање трговине на велико и мало (примери, обнављање, презентације и дискусије студената) | | V II недеља | |
| 19. Модели и институције електронске трговине | V III недеља | | 343-356 |
| 20. Традиционалне тржишне институције | V III недеља | | 385-397 |
| 21. Стандардизоване тржишне институције | IX недеља | | 403-416 |
| 22. Интернационализација малопродаје | IX недеља | | 497-511 |
| 23. Структура малопродајне мреже (примери, обнављање, презентације и дискусије студената) | | IX недеља | |
| 24. Улога трговинске политике у креирању структуре тржишта | X недеља | | 515-528 |
| 25. Актуелни токови у трговини у ЕУ | X недеља | | 533-547 |
| 26. Развој електронске трговине (примери, обнављање, презентације и дискусије студената) | | X недеља | |
| 27. Развој трговине у Србији | XI недеља | | 551-565 |
| 28. Карактеристике стратегијског управљања у трговини | XI недеља | | 3-20 |
| 29. Традиционалне и стандардизоване тржишне институције (примери, презентације и дискусије студената) | | XI недеља | |
| 30. Планирање маркетинг стратегије у трговини | XII недеља | | 20-39 |
| 31. Утицај савремених промена у окружењу на стратегијско одлучивање трговинских предузећа | XII недеља | | 40-71 |
| 32. Интернационализација малопродаје (примери, презентације и дискусије студената) | | XII недеља | |
| 33. Колоквијум II | XIII недеља | XIII недеља | |
| 34. Трговинска политика у Србији (примери, презентације и дискусије студената) | XIV недеља | | |
| 35. Стратегијско управљање у трговини (презентације и дискусије студената) | | XIV недеља | |
| 36. Обнављање градива и припрема за испит | XV недеља | XV недеља | |

| | |
|--|-------------------------------|
| НАЧИН ПОЛАГАЊА ИСПИТА (писмено и/или усмено) | Усмено |
| I КОЛОКВИЈУМ (Литература од-до стр.) | 5-19, 41-57, 139-153, 213-282 |
| II КОЛОКВИЈУМ (Литература од-до стр.) | 287-356, 385-416, 497-519 |

| | |
|--|---|
| БРОЈ КАБИНЕТА И ВРЕМЕ ПРИЈЕМА ПРЕДМЕТНИХ ПРОФЕСОРА | D19, уторак 10-12h, среда 10-12 |
| БРОЈ КАБИНЕТА И ВРЕМЕ ПРИЈЕМА ПРЕДМЕТНИХ АСИСТЕНАТА | E115, уторак 10-12h, среда 12-14h |
| БРОЈ ТЕЛЕФОНА И Е-МАИЛ ПРЕДМЕТНИХ ПРОФЕСОРА | 034 303 568, e mail: gocar@kg.ac.rs |
| БРОЈ ТЕЛЕФОНА И Е-МАИЛ ПРЕДМЕТНИХ АСИСТЕНАТА | 034 303 548, e mail: katarinab@kg.ac.rs |

Достављено:

- Продекану за наставу
- Студентској служби
- Архиви Већа

