

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : Економија				
Врста и ниво студија: дипломске (мастер) студије, други ниво				
Назив предмета: Трговински маркетинг				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Ђузовић Ђ. Сретен				
Статус предмета: Обавезан на смеру Финансије, банкарство и осигурање				
Број ЕСПБ: 6 ЕСПБ				
Услов: -				
Циљ предмета <i>Изучити научну област трговински маркетинг (као економски процес, пословна филозофија, пословна функција и научна дисциплина), теоријске основе трговинског маркетинга, маркетинг у интеграционим процесима, специфичности и стратегије трговинског маркетинга, основне инструменте трговинског маркетинга, фазе процеса управљања трговинским маркетингом, поступке и методе истраживања маркетинга и примену маркетинг информационог система у трговини, иновације као основне покретаче промена у маркетинг стратегији трговинског предузећа</i>				
Исход предмета <i>Оспособити студента да овлада теоријско-методолошким сазнањима из трговинског маркетинга које ће му омогућити да буде конкурентан на тржишту рада; Овладати поступцима и методама доношења маркетинг-менаџмент одлука у условима конкуренције трговинских компанија, теоријско-методолошким сазнањима из области креирања маркетинг микса трговинске компаније, иновацијама и њиховом применом у маркетинг стратегији трговинског предузећа; Оспособити студента да кроз маркетиншки тест способности наших пословних система у односу на прогресивну теорију и праксу изврши самооцењивање: где се предузеће налази, куда жели да иде и коју стратегију позиционирања треба да примени</i>				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <i>Теоријске основе трговинског маркетинга; Инструменти пакета понуде; Политика локације; Инструменти комуницирања и продаје; Облици промоције (комуникациони микс) и њихова специфичност: Маркетиншка инструментализација естетике у трговини; Истраживање маркетинга (подручја истраживања, поступак и методи); Маркетинг информациони систем; Маркетиншка инструментализација квалитета у трговини</i> <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> <i>Анализа примене теорије у пракси; Практична презентација практичних случаја и пројеката; Анализа способности примене маркетинга у трговинским предузећима</i>				
Литература Обавезна: 1) Др С. Ловрета, др Г. Петковић, Трговински маркетинг, Економски факултет, Београд, 2002.; 2) Др С. Ђузовић, Менаџмент набавке, Економски факултет, Ниш, 2006.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 60	Вежбе:	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад: -	
Методe извођења наставе Излагање професора, интерактиван рад са студентима, студије случаја, излагање семинарских радова, посета значајним трговинским институцијама у земљи				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	30	писмени испит		
практична настава		усмени испит		50
колоквијум-и	20		
семинар-и				