

Студијски програм/студијски програми: Пословна економија и манаџмент				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
Назив предмета: УПРАВЉАЊЕ КАНАЛИМА ДИСТРИБУЦИЈЕ				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Радосављевић Ж. Гордана				
Статус предмета (на којим смеровима): Изборни на модулима Маркетинг и Менаџмент у туризму, II семестар				
Број ЕСПБ: 8				
Услов:				
Циљ предмета				
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.				
Исход предмета				
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.				
Садржај предмета				
<i>Теоријска настава</i>				
<ul style="list-style-type: none"> • Теоријска основа управљања каналима дистрибуције • Институционална и функционална структура канала маркетинга • Планирање канала маркетинга • Кооперација и интеграција у каналима маркетинга • Развој стратегијског партнерства и маркетинга дугорочних односа • Електронски канали маркетинга • Физичка дистрибуција у систему маркетинга • Глобализација светског тржишта и интернационализација канала маркетинга • Глобални токови у структури канала маркетинга Европске уније • Основни елементи управљања ланцем снабдевања 				
<i>Практична настава: Индивидуалне и групне презентације и решавање задатака и пословних примера.</i>				
Литература :				
<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.				
Број часова активне наставе				Остали часови 1
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 4	
Методe извођења наставе:				
Предавања, вежбе, самосталне и групне активности студената				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена	
активност у току предавања	10	писмени испит		
практична настава	/	усмени испит	30	
колоквијум-и	30		
семинар-и	30			