

Студијски програм: Економија и пословно управљање			
Назив предмета: Управљање каналима дистрибуције			
Наставник/наставници: Гордана Радосављевић, Катарина Борисављевић			
Статус предмета: Изборни на модулима Маркетинг, Менаџмент у туризму			
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. Студената 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>			
Теоријска основа управљања каналима дистрибуције; Институционална и функционална структура канала дистрибуције; Планирање канала дистрибуције; Структура канала дистрибуције у малопродаји и велепродаји; Кооперација и интеграција у каналима маркетинга; Развој стратегијског партнерства и маркетинга дугорочних односа; Електронски канали дистрибуције; Физичка дистрибуција у систему маркетинга; Управљање конфликтима у каналима дистрибуције; Глобализација светског тржишта и интернационализација канала дистрибуције; Глобални токови у структури канала маркетинга Европске уније; Основни елементи управљања ланцем снабдевања			
<i>Практична настава</i>			
Индивидуалне и групне презентације и решавање задатака и пословних примера			
Литература			
<i>Обавезна литература</i>			
1. Palmatier, R., Stern, L., El-Ansary, A., Marketing Channel Strategy, Pearson Education, New Jersey, 2015			
2. Goworek, H., McGoldrick, P., Retailing Marketing Management-Principle and Practice, Pearson Education Limited, 2015			
<i>Допунска литература</i>			
3. Божић, В., Аћимовић, С., Маркетинг логистика, Економски факултет, Београд, 2012.			
4. Ловрета, С., Петковић, Г., Кончар, Ј., Канали маркетинга, Економски факултет, Београд, 2016.			
5. Ловрета, С., Петковић, Г., Трговински маркетинг, Економски факултет, Београд, 2010.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 3	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе: Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	30
колоквијум-и	30	
семинар-и	20		