

Студијски програм/студијски програми: <b>Пословна економија и менаџмент, Економија</b>			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
<b>Назив предмета: Економика и организација трговинских предузећа</b>			
<b>Наставник (Презиме, средње слово, име): Радосављевић Ж. Гордана</b>			
Статус предмета: Обавезан на модулу Маркетинг, изборни на модулима: Берзе и берзанско пословање, Рачуноводство и пословне финансије, VIII семестар			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:			
<b>Циљ предмета</b>			
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.			
<b>Исход предмета</b>			
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.			
<b>Садржај предмета:</b>			
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.			
<b>Литература (Назив и број страна):</b>			
Ловрета, С., Кончар, Ј., Петковић, Г., Канали маркетинга, Економски факултет, Београд, 2009.(240 стр.) Радосављевић, Г., Информациони систем за управљање трговинским предузећем, Економски факултет, Крагујевац, 2002. (70 стр.)			
<b>Број часова активне наставе</b>			Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	
3	2		Студијски истраживачки рад:
<b>Методe извођења наставе:</b> предавања, вежбе, студије случајева, 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	3	писмени испит	/
практична настава	2	усмени испит	50
колоквијум-и	40	.....	
семинар-и	5		