

Студијски програм: Економија и пословно управљање			
Назив предмета: Канали маркетинга			
Наставник/наставници: Гордана Радосављевић, Катарина Борисављевић			
Статус предмета: студијски програм Економија и пословно управљање, обавезан на модулу Маркетинг			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:			
Циљ предмета			
<p>Циљ предмета је да студентима обезбеди теоријска и практична знања из области функционисања трговине и других канала маркетинга у развијеним тржишним привредама, са посебним освртом на Србију. Тежиште се ставља на трговину као примарну маркетиншку институцију на тржишту роба и услуга. Поред трговине изучавају се и остале институције које се директно или индиректно јављају на тржишту роба и услуга. Након савладавања материје из овог предмета студенти треба да буду упознати са основном структуром модерних тржишних привреда и начином њеног функционисања у сектору дистрибуције роба и услуга.</p>			
Исход предмета			
<p>Знања која се стичу у оквиру овог предмета представљају основу за оспособљавање студената за ефикасно и ефективно обављање функционалних задатака на пословима промета робе и услуга. Студенти се упознају са функционисањем тржишта роба и услуга, функцијама које обављају посредници на тржишту, донетима и перспективама развоја електронске трговине, стратегијама интернационализације трговине, актуелним токовима у трговини Европске уније и трговине Србије и др. Поред теоријских знања, студенти ће се упознати са практичним проблемима односа између бројних актера и институција на појединим тржиштима робе и услуга.</p>			
Садржај предмета			
<p>Појам и функције канала маркетинга, Структура канала маркетинга, Тржиште и трговина као полазиште у каналима маркетинга, Учесници канала маркетинга, Кооперација и интеграција у каналима маркетинга, Утицај фактора окружења на канале маркетинга, Еволуцији институција трговине, 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.</p> <p><i>Теоријска настава:</i> Настава се одвија кроз презентацију наставних јединица предвиђених структуром предмета.</p> <p><i>Практична настава:</i> Индивидуалне и групне презентације - засноване на индивидуалном и тимском раду студената на одређеном проблему везаном за трговинско пословање.</p>			
Литература			
Ловрета, С., Кончар, Ј., Петковић, Г., Канали маркетинга, Економски факултет, Београд, 2016.			
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	3	писмени испит	/
практична настава	2	усмени испит	50
колоквијум-и	40	
семинар-и	5		