

Назив предмета: Стратегија и политика развоја трговине
Наставник или наставници (презиме, средње слово име): Ћузовић Ђ. Сретен
Статус предмета: Изборни
Број ЕСПБ: 10
Услов: -
<p>Циљ предмет</p> <p>Изучити друштвено-економску условљеност развоја трговине, место трговине у макроекономији и факторе њеног развоја, институције трговине, основне токове у савременој трговини, функционисање трговине на велико и мало, трговинску политику тржишно развијених земаља и код нас, примену иновација у трговини, теорију и праксу трговине тржишно развијених земаља;</p> <p>Оспособити студента да критички размишља о понуђеним сазнањима и да путем научне истине предлаже нова решења у циљу унапређења наше теорије и праксе трговине</p>
<p>Исход предмета</p> <p>Оспособити студента за доношење адекватних закључака у области трговине; Овладати теоријско-методолошким сазнањима у области стратегије и политике развоја трговине, теоријско-методолошким аспектима преговарања и склапања купопродајних уговора, теоријско-методолошким поступцима и процедурама креирања и праћења купопродајне документације, теоријско-методолошким аспектима примене иновација у трговинским предузећима, теоријско-методолошким аспектима примене законско-правне регулативе из области трговине</p>
<p>Садржај предмета</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ДРУШТВЕНО-ЕКОНОМСКА УСЛОВЉЕНОСТ ТРГОВИНЕ 2. МЕСТО ТРГОВИНЕ У МАКРОЕКОНОМИЈИ И ФАКТОРИ ЊЕНОГ РАЗВОЈА 3. ТЕОРИЈЕ О ТРГОВИНИ И ТРГОВИНСКЕ ИНСТИТУЦИЈЕ <ul style="list-style-type: none"> - Трговина у економској теорији - Учења о појму и карактеру трговине - Теорије о производном и непроизводном карактеру трговине - Традиционалне трговинске институције, институције са стандардизованим облицима трговања и савремене трговинске институције 4. ТРГОВИНА НА ВЕЛИКО И МАЛО И ТРГОВИНСКА ПОЛИТИКА <ul style="list-style-type: none"> - Организација и функционисање трговине на велико и мало - Основе трговинске политике - Трговинска политика у ширем смислу - Трговинска политика у ужем смислу - Законско-правна регулатива из области трговине тржишно развијених земаља - Законско-правна регулатива из области трговине код нас 5. ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ТРГОВИНЕ <ul style="list-style-type: none"> - Теоријски и емпиријски аспект интернационализације трговине - Подела интернационалних трговинских компанија - Стратегијске алтернативе наступа на различита тржишта - Маркетиншка димензија интернационализације трговине - Економски ефекти интернационализације - Компаративна анализа имплементације стратегије интернационализације у свету и код нас 6. ИНОВАЦИЈЕ У ТРГОВИНИ <ul style="list-style-type: none"> - Научно-технички прогрес у трговини - Иновације које са собом доноси научно-технички прогрес 7. ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИНА <ul style="list-style-type: none"> - Тенденције развоја електронске трговине у свету и код нас - Модели електронске трговине - Електронска малопродаја (B2C) - Електронска велепродаја (B2B) - Електронске берзе и сајмови

- Светски трговински центар (WTC)
 - Специфичности маркетинг микса трговине на Интернету
 - Предуслови за развој електронске трговине код нас
 - Case study (практична презентација пословних случајева и пројеката)
- 8. СТАНДАРДИЗАЦИЈА И КВАЛИТЕТ У ТРГОВИНИ**
- Техничко-технолошка компонента квалитета у трговини (ISO 9000)
 - Еколошка компонента квалитета у трговини (ISO 14000)
 - Примена НАССР и „СЕ“ знака у трговини
 - Маркетиншка инструментализација квалитета у трговини
 - Хармонизација система квалитета трговине Србије са захтевима Европске уније (ЕУ)

Препоручена литература

1. Др С. Ћузовић, Менаџмент набавке, Економски факултет, Ниш, 2006.
2. Др С. Ћузовић, др П. Ивановић, Иновације у трговинском менаџменту, Економски факултет, Ниш-Подгорица, 2002.
3. Alexander, N., „International retailing“ Blackwell Publisher Ltd., Oxford, 1997.
4. Dawson, J., Larke, R., Mukoyama, M., „Strategic issue in international retailing“, Routledge, New York, 2006.
5. Newman, A., Cullen, P., „Retailing: environment & operations“, Thomson, London, 2007.
6. Denis, C., Fenech, T., Merrilees, B., „E-retailing“, Routledge, London, 2004.
7. Kennet, L., Traver, C., „E-commerce“, Pearson, New York, 2004.
8. Berman, B., Evans, J., „Retail management“, Prentice-Hall, New York, 2004.

Број часова активне
наставе

120

предавања:

45

Студијски истраживачки рад:

75

Методe извођења наставе

Излагање професор, интерактиван рад са студентима, студије случаја, излагање семинарских радова, практична презентација пословних случајева и пројеката.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предавања: 20

Семинарски рад: 30

Испит: 50