



ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА  
ДРУГОГ СТЕПЕНА ВИСОКОГ ОБРАЗОВАЊА

Стандард 5: Курикулум

Табела 5.2. Спецификација предмета  
– Шифра: МС-516

|  |              |  |               |
|--|--------------|--|---------------|
| Студијски програм/студијски програми: Трговина.  |              |  |               |
| Врста и ниво студија: Студије другог степена - Мастер академске студије  |              |  |               |
| Назив предмета: <b>Менаџмент малопродаје</b>   |              |  |               |
| Наставник (Презиме, средње слово, име): <b>Кончар А. Јелена, Божидар М. Роца</b>   |              |  |               |
| Статус предмета: изборни   |              |  |               |
| Број ЕСПБ: 6   |              |  |               |
| Услов: није постављен  |              |  |               |
| <b>Циљ предмета</b><br>Савладавањем садржаја предмета студенти ће стећи знања о стратегијском планирању малопродаје; организовању институција малопродаје; маркетинг истраживању и маркетинг информационом систему малопродаје; одабирању локације малопродаје; управљању малопродајом; управљању робом и ценама; успостављању комуникација са потрошачима; контроли малопродајне стратегије и мењању малопродајног окружења.  |              |  |               |
| <b>Исход предмета</b><br>Стечена знања теоријска и практична кроз интерпретацију наставног садржаја са проблемским приступом оспособљава студенте са новим знањем о менаџменту малопродаје.  |              |  |               |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Теоријски прилаз стратегијском малопродајном планирању;</li> <li>- Организовање институција малопродаје кроз малопродајну стратегију;</li> <li>- Маркетинг истраживање и маркетинг информациони систем малопродаје;</li> <li>- Нови видови малопродајне локације;</li> <li>- Специфични аспекти управљања малопродајним функцијама;</li> <li>- Регулисање малопродајне трговинске делатности;</li> <li>- Организација управљања робом и ценама у малопродаји;</li> <li>- Успостављање комуницирања са потрошачима;</li> <li>- Контролисање малопродајне стратегије;</li> <li>- Мењање малопродајног окружења.</li> </ul> <i>Практична настава: Вежбе</i> - Решавање студије случаја: Marx and Spenser, Ikea, Wall Mart, Tesco, Zara |              |  |               |
| <b>Литература</b><br>Кончар Ј. (1995) <i>Менаџмент малопродаје</i> , Универзитет у Новом Саду Економски факултет Суботица<br>Berman В., Evans J. R. (2010) <i>Retail Management, A Strategic Approach</i> , Pearson Education International<br>Prentice Hall   |              |  |               |
| <b>Број часова активне наставе у 2. семестру</b>   |              |  | Остали часови |
| Предавања:<br>30   | Вежбе:<br>30 | Други облици наставе:<br>Студијски истраживачки рад: |               |
| <b>Методе извођења наставе</b><br>- Предавања, вежбе, консултације, дискусије, практична решења на бројним примерима која су садржајно везана за основна поглавља у књизи.   |              |  |               |
| <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   | 6            | писмени испит  | -             |
| семинарски рад   | 7            | усмени испит   | 30            |
| студија случаја  | 7            |  |               |
| колоквијум-и I и II  | 50           |  |               |
| СВЕГА  | <b>70</b>    |  | <b>30</b>     |