

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

VELEPRODAJNO I MALOPRODAJNO POSLOVANJE

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**

ne popunjavati

**3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

7

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

7

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

4

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

Ekonomski fakultet

**11. Odsjek / Studijski program:**

Ekonomija

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc. Beriz Čivić, docent

**13. E-mail nastavnika:**

beriz.civic@untz.ba

**14. Web stranica:**

--

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Upoznavanje studenata sa poslovanjem trgovine na veliko i trgovine na malo.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju ključne specifičnosti poslovanja trgovinskih preduzeća.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Trgovina na veliko
- Planiranje, organizacija i nosioci veleprodajnog poslovanja
- Determinante funkcionisanja i uslovi za obavljanje trgovine na veliko
- Svjetska trgovina na veliko
- Trgovina na malo
- Tipologija maloprodajnih objekata
- Planiranje, organizacija, oblici i nosioci maloprodajnog poslovanja
- Svjetska trgovina na malo
- Elektronska trgovina
- Globalni tokovi u trgovini Evropske unije
- Trgovina zemalja u tranziciji
- Internacionalizacija i koncentracija maloprodaje
- Trgovinsko poslovanje u BiH
- Trendovi u razvoju savremene trgovine

**18. Metode učenja:**

- predavanja,
- vježbe (A),
- case studies (individualni rad sa studentima),
- konsultacije.

Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima. Značajan dio predavanja se posvećuje obrađivanju primjera iz prakse.

Konsultacije se organizuju u jednom terminu sedmično i to je fakultativna ponuda studentima. Studenti po potrebi koriste termin konsultacija sa ciljem dodatnog pojašnjavanja pojedinih oblasti iz kursa.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na I ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i syllabusom koji predmetni nastavnik treba obezbijediti na početku svake akademske godine. Provjera znanja se ostvaruje kroz: 2 testa, individualni i grupni rad studenta i završni dio ispita.

**20. Težinski faktor provjere:**

Struktura ocjenjivanja:

- test 1 (30 bodova)
- test 2 (30 bodova)
- aktivnost u toku predavanja i vježbi (5 bodova)
- završni dio ispita (35 bodova), koji se mogu postići kroz jedan od slijedećih načina:
  - a) usmeni ispit (35 bodova)
  - b) izrada 2 case studies (35 bodova)

**21. Osnovna literatura:**

Lovreta S, i dr., (2006), Kanali marketinga, EF u Beogradu, Bg.

Muller J, i dr., (2006), Category Management-Efikan odgovor na potrebe kupaca u maloprodaji, ICPE, Zg.

Ristić M, (2008), Strateško pozicioniranje maloprodaje, EF u Beogradu, Bg.

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2016/17

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**