

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

MARKETING U TRGOVINI

**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

6

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

4

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

Ekonomski

**11. Odsjek / Studijski program:**

Ekonomija

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc. Alma Muratović, vanr. prof.

**13. E-mail nastavnika:**

alma.muratovic@untz.ba

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Sticanje znanja studenata o primjeni marketing koncepta u trgovini na veliko i trgovini na malo.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju primjenu marketinškog koncepta u trgovini na veliko i malo.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

1. Nastanak, razvoj i sadržaj aktivnosti trgovinskog marketinga
2. Specifičnosti i zadaci marketinga u trgovini
3. Strategije marketinga u savremenoj trgovini
4. Politika robnog asortimana
5. Upravljanje trgovinskom markom
6. Prodajne usluge u trgovini
7. Upravljanje politikom nabavke
8. Politika cijena u trgovini
9. Lokacija kao instrument marketinga u trgovini
10. Politika kanala prometa
11. Logistika kao instrument trgovinskog marketinga
12. Politika promocije u trgovini
13. Upravljanje politikom prodaje finalnim potrošačima
14. Marketing informacijski sistem i istraživanje marketinga u trgovini
15. Upravljanje trgovinskim marketingom (planiranje, organizovanje i kontrola)

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A) i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu sa važećim aktima Univerziteta i to je fakultativna ponuda studentima.

**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 drugim relevantnim pravnim aktima.

Provjera znanja se ostvaruje kroz predispitne aktivnosti koje obuhvataju 2 testa (rade se u toku semestra) i završni ispit koji se ostvaruje pismeno ili usmeno.

Prva predispitna provjera znanja obuhvata tematska područja od 1 do 7, druga predispitna obaveza obuhvata tematska područja od 8 do 12, dok završni dio ispita obuhvata tematska područja od 13 do 15.

Na popravni ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da rade sve ispitne aktivnosti, tj. da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(35+35=70)
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

Ukupna ocjena se izvodi kao kumulativ ostvarenih bodova po različitim aktivnostima studenata. Ocjena studenta se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

**21. Osnovna literatura:**

1. Lovreta S., Petković G., Trgovinski marketing, CID, Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2010.
2. Begić R., Upravljanje procesima razmjene proizvoda i usluga, Ekonomski institute, Tuzla, 2003.

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

2023/2024

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

26.09.2023.