

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, vanr. prof.

13. E-mail nastavnika:

beriz.civic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznavanje studenata sa planiranjem, organizacijom i kontrolom procesa veleprodajnog i maloprodajnog poslovanja.

16. Ishodi učenja:

Studenti koji uspješno savladaju nastavni sadržaj će znati: okruženje, učesnike i strukturu veleprodajnog i maloprodajnog poslovanja (VMP); planiranje, vođenje i kontrolu VMP; tržišne institucije; razvoj maloprodaje i maloprodajnih formata te strategije karakteristične za maloprodaju.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Veleprodajno i maloprodajno poslovanje: tržišne institucije, okruženje, učesnici, struktura i kanali
- Trgovina na veliko (obilježja, značaj)
- Planiranje, organizacija i nosioci veleprodajnog poslovanja
- Determinante funkcionisanja i uslovi za obavljanje trgovine na veliko
- Trgovina na veliko na globalnom nivou
- Trgovina na malo (obilježja, značaj)
- Tipologija maloprodajnih objekata/formata
- Planiranje, organizacija, oblici i nosioci maloprodajnog poslovanja
- Trgovina na malo na globalnom nivou
- Elektronska trgovina
- Trgovina zemalja u tranziciji
- Internacionalizacija i koncentracija maloprodaje
- Trgovinsko poslovanje u BiH
- Trendovi u razvoju savremene trgovine

18. Metode učenja:

- predavanja,
- vježbe (A),
- individualni i timski rad sa studentima (pisanje i odbrana case study i pristupnog rada),
- konsultacije.

Trećina predavanja je posvećena diskusiji sa studentima kroz obrađivanje primjera iz prakse.

Konsultacije se organizuju u skladu sa važećim pravnim aktima. Studenti koriste konsultacije sa ciljem dodatnog pojašnjavanja nastavnog sadržaja.

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 obuhvata prezentaciju i odbranu case study i pristupnog rada (usmeno ispitivanje i diskusija).

Na popravnim 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 dio ispita. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

20. Težinski faktor provjere:

Struktura ocjenjivanja:

1. Predispitne obaveze (max 60 bodova):

- test 1 (max 30 bodova)
- test 2 (max 30 bodova)

2. Završni ispit (max 40 bodova):

- prezentacija i odbrana case study (max 20 bodova)
- prezentacija i odbrana pristupnog rada (max 20 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:**

2020/2021

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

09.06.2020.