

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Upravljanje nabavom i prodajom

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

6

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

Nema

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

1

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

EKONOMSKI FAKULTET

**11. Odsjek / Studijski program:**

Poslovna 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:**

Izučavanje sadržaja komercijalnog poslovanja, trendova i instrumenata u procesu upravljanja nabavnim i prodajnim aktivnostima u preduzeću.

**16. Ishodi učenja:**

Sticanje vještina analiziranja, izrade planova, organiziranja i kontrole u segmentu nabavnih i prodajnih aktivnosti preduzeća.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Značaj i sadržaj prodajnih aktivnosti u preduzeću
- Značaj i sadržaj nabavnih aktivnosti u preduzeću
- Analiziranje nabave i prodaje u preduzeću
- Savremeni trendovi u komercijalom poslovanju
- Instrumenti paketa ponude
- Marketing distribucija
- Komuniciranje u kanalima nabave i prodaje
- Planiranje, organiziranje i kontrola nabavnih i prodajnih aktivnosti u preduzeću

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A), case study/seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (50%), diskusije (30%) i prezentacije (20%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Provjera znanja studenata se vrši pismenim putem, kroz test i usmeni ispit (0-55%), prezentaciju case study/seminarsog rada (0-35%), te prisustvo na nastavi (0-10%).

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Dolazak	0-10%
Case study/Seminarski rad	0-35%
Parcijalni test	0-35%
Završni (usmeni) ispit	0-20%

**21. Osnovna literatura:**

1. Lovreta, S., Petković, G., (2010), Trgovinski marketing, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd
2. Maninning, G.L., Reece, B.L., (2008), Suvremena prodaja-Stvaranje vrijednosti za kupca, Mate, Zagreb
3. Begtić, R., (2003), Upravljanje procesima razmjene proizvoda i usluga, Ekonomski institut Tuzla, Tuzla
4. Muller, J., Singh, J., i dr. (2006), Category Management-Efikasan odgovor na potrebe kupaca u maloprodaji, Internacionalni centar za profesionalnu edukaciju (ICPE), Zagreb
5. Branko, Ž., (2007), Strateška nabava-Put do stvaranja međunarodne konkurentnosti, Mate, Zagreb
6. Božić, V., Aćimović, S., (2010), Marketing logistika, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd

**22. Internet web reference:**

--

**23. U primjeni od akademske godine:**

2017/2018
-----------

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

24.04.2017.
-------------