

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Prodaja i prodajni menadžment					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E040	<b>Godina studija</b>			IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	doc. dr. sc. Marko Šantić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			6	
<b>Saradnici</b>	Mr. Valentin Kafadar					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa poslovima i problemima prodaje koja ima ključnu ulogu u realizaciji marketing koncepcije poslovanja u suvremenim uvjetima poslovanja kompanije					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Razumjevanje odnosa prodaje i marketinga, identifikacija osnovnih uloga i zadaća prodajnog menadžmenta, definiranje optimalnog asortimana prodaje, cjenovne strategije u procesu prodaje, mogućnosti unapređenja prodaje, promotivne aktivnosti koje potiču prodaju, organizacija distribucije u prodaji roba, organizacija cijelog procesa prodaje, selekcija i motivacija prodajnog osoblja, poznavanje ključnih indikatora uspješnosti prodaje					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prodaja u marketingu</li> <li>2. Prodajni menadžment u ukupnom menadžmentu</li> <li>3. Tržište i prodaja</li> <li>4. Prodaja i asortiman</li> <li>5. Prodaja i promocija</li> <li>6. Prodaja i politika cijena</li> <li>7. Prodaja i distribucija</li> <li>8. Planiranje i organiziranje prodaje</li> <li>9. Ljudski resursi i rukovođenje prodajom</li> <li>10. Kontrola i pokazatelje uspješnosti prodaje</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Vježbe</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>				
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Grabovac, N. i dr. "PRODAJA I PRODAJNI MENADŽMENT", ACA System, Sarajevo, 2005.	3			
<b>Dopunska literatura</b>	Futrell, Ch., M. „FUNDAMENTALS OF SELLING, CUSTOMERS FOR LIFE“, SeventhEdition, TheMcGraw-Hill Companies. Inc., New York, 2002. Gitomer, J. „BIBLIJA PRODAJE“, Lukaštampa, Beograd, 2008. Miller, W. „PROACTIVE SELLING, CONTROL THE PROCESS-WIN THE SALE“, Amacom, New York, 2003.				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>	Prof. Dr Vinka Filipović, Mr Vesna Damnjanović MENADŽMENT PRODAJE, Skripta,Fakultet organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu, Beograd, 2006				