

		УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ Економски факултет Пале						
		Студијски програм: Туризам и хотелијерство						
		I циклус студија			IV година студија			
Пун назив предмета		ПОСЛОВАЊЕ ТРГОВИНСКИХ ПРЕДУЗЕЋА						
Катедра		Катедра за теоријску економију						
Шифра предмета		Статус предмета		Семестар		ECTS		
ТНСИ411ТП		Изборни		VIII		5		
Наставник/ -ци		доц. др Немања Шаренац						
Сарадник/ -ци		Милица Бојат, ма, асистент						
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)			Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења S ₀ ¹		
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S ₀		
3	2	0	3*15*1,4	2*15*1,4	0*15*1,4	1,4		
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) X*15 + Y*15 + Z*15 = W 45 + 30 + 0 = 75 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 3*15*1,4 + 2*15*1,4 + 0*15*1,4 = T 63 + 42 + 0 = 105 h					
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): W + T = U _{опт} сати семестрално 75 h + 105 h = 180 h = U _{опт}								
Исходи учења		Након завршеног процеса учења студенти ће бити способни да разумију: - кључна питања везана за функционисање трговине и осталих канала маркетинга у развијеним тржишним привредама - начин успостављања односа између трговине и потрошача, трговине и произвођача и трговине и државе и трговине и осталог макро и микро окружења.						
Условљеност		Није условљено						
Наставне методе		Предавања, вежбе, презентације, анализа случаја, семинарски рад						
Садржај предмета по седмицама		Недеља I Карактеристике трговине као привредне дјелатности Недеља II Тржиште и трговина као полазиште у теорији канала маркетинга Недеља III Дефинисање и структура канала маркетинга Недеља IV Управљае каналима маркетинга Недеља V Развој институције трговине у каналима маркетинга Недеља VI Трговина на велико Недеља VII Први колоквијум Недеља VIII Трговина на млао и малопродајна мрежа Недеља IX Институције е-трговине и директног маркетинга Недеља X Тржишне институције Недеља XI Локација савремене трговине Недеља XII Економски развој, трговинска револуција и еволуција канала маркетинга Недеља XIII Трговинска политика Недеља XIV Трговина у ЕУ и БиХ Недеља XV Други колоквијум						
Обавезна литература								
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година		Странице (од-до)	
Стипе Ловрета, Јелена Кончар, Горан Петковић, Зоран Богетић и Драган Стојковић		Канали маркетинга, Београд: ЦИД ЕФБ			2019		3-148, 295-605	
Допунска литература								
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година		Странице (од-до)	
Јелена Станковић, Бојана Чавић		Трговина и други канали маркетинга, Београд: Сингидунум			2013		1-288	
Стеван Рапаић		Свјетска трговинска организација и предузећа у спољној трговини, Београд: ЦИД ЕФБ			2013		7-200	
Предраг Бјелић		Глобална електронска трговина, Београд: ЦИД ЕФБ			2012		83-245	
Обавезе, облици провере знања и оцјењивање		Врста евалуације рада студента				Бодови		Проценат
		Предиспитне обавезе						
		нпр. присуство предавањима/ вјжбама				10		10%
		нпр. позитивно оцјењен сем. рад/ пројекат/ есеј				5		5%
		нпр. студија случаја – групни рад						
		нпр. тест/ колоквијум				20		20%
		нпр. тест/ колоквијум				20		20%
		нпр. рад у лабораторији/ лаб. вјжбе						
		нпр. практични рад						
		Завршни испит						
		нпр. завршни испит (усмени/ писмени)				45		45%
		УКУПНО				100		100 %
Web страница		http://ekofis.ues.rs.ba/sr-yu/i-ciklus-studija/nastavni-planovi/sp-turizam-i-hotelijerstvo.html						
Датум овјере		1815/19 од 23.9.2019. године						

* користећи опцију инсерат мод унјети онолико редова колико је потребно

¹ Коефицијент студентског оптерећења S₀ се рачуна на сљедећи начин:

а) за студијске програме који не иду на лиценцирање: S₀ = (укупно оптерећење у семестру за све предмете 900 h – укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете ____ h) / укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете ____ h = ____ . Погледати садржај обрасца и објашњење.

б) за студијске програме који иду на лиценцирање потребно је користити садржај обрасца и објашњење.