

OPŠTI PODACI									
Studijski program	STUDIJE II CIKLUSA - EKONOMIJA I MENADŽMENT - 60 ECTS								
Uža naučna oblast	Menadžment/Marketing								
Naziv predmeta	MENADŽMENT PRODAJE								
Šifra predmeta		ECTS	6	Godina studija	1.	Semestar	II		
Status predmeta	Obavezni		Izborni	X	Fond časova	Predavanja	45	Vježbe	30
Namjena i cilj predmeta									
Cilj predmeta je upoznati studente sa svim pitanjima relevantnima za process upravljanja prodajom. S tim ciljem, posebna pažnja će se posvetiti pitanjima: prodajne aktivnosti u različitim poslovnim orijentacijama, glavnim zadacima i odgovornosti menadžmenta prodaje, razvijanja strategija potrebnih za ostvarivanje ciljeva prodaje, marketinškom okviru menadžmenta prodaje, oblicima i načinima prodaje, strategijskog planiranja i procesa menadžmenta prodaje, organizovanja prodajnih aktivnosti, stvaranja funkcionalnih prodajnih timova, obuke prodajnih timova i kontroli prodajnih aktivnosti. Na taj način studenti će naučiti kako da formulišu, implementiraju i ocjene plan i program prodaje te da ovladaju znanjima i tehnikama neophodnima za uspješno upravljanje prodajnim osobljem.									
Sadržaj predmeta									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u menadžment prodaje, 2. Opcije menadžmenta prodaje, 3. Proces lične prodaje, 4. Planiranje prodajnih aktivnosti, 5. Organizovanje prodajnih aktivnosti, 6. Odabir, usmjeravanje, motivacija i nagrađivanje prodavaca, 7. Obuka prodajnog osoblja, 8. Menadžeri prodaje kao lideri, 9. Analiza prodaje i troškova marketinga, 10. Ocjena radnog učinka prodajnog osoblja, 11. Menadžment prodaje u budućnosti. 									
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE I OCJENJIVANJE STUDENATA									
Način izvođenja nastave (označiti masnim slovima)									
Predavanja	Seminari i radionice	Vježbe	Samostalni zadaci	Multimedija i Internet					
Obrazovanje na daljinu	Konsultacije	Laboratorij	Mentorski rad	Terenska nastava					
Komentari:									
Način provjere znanja (označiti masnim slovima)									
Usmeni	Pismeni	Testovi/kolokvijumi	Seminarski - pristupni radovi						
Studije slučaja	Aktivnost na nastavi	Projekat	Istraživanje						
Formiranje ocjene (označiti masnim slovima aktivnosti koje se ocjenjuju i unijeti maksimalan broj bodova koje student može ostvariti za svaku aktivnost, kao i minimalan broj bodova koje student treba ostvariti za svaku aktivnost)									
Predispitne obaveza (do 30 bodova)				Poeni - Bodovi			Minimalan broj bodova		
Kolokviji - test				46			23		
Prisustvo na nastavi				4			2		
Zalaganje na nastavi -diskusija i eseji				4			2		
Seminarski (pristupni) rad				4			2		
Istraživanje				4			2		
Projekat				4			2		
Studije slučaja				4			2		
Završni ispit (usmeni)				30			16		
UKUPAN BROJ BODOVA				100			51		

Komentari:

LITERATURA

Obavezna literatura

1. Gašović dr Nenad: 'Menadžment prodaje', Institut ekonomskih nauka, Beograd, 2001.

Dodatna literatura

1. Charles M Futrell: Sales management, South-Western Pub, 2001.
2. Robert J. Calvin: Sales management, McGraw-Hill, 2001.
3. Jobber David, Lancaster Geoff: Selling and sales management, 7ed, Prentice Hall, 2006.

Ishod učenja

Studenti će naučiti kako da formulišu, implementiraju i ocjene plan i program prodaje te da ovladaju znanjima i tehnikama neophodnima za uspješno upravljanje prodajnim osobljem.