

		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	
ЕФП-1-1-ТХ-03-2-038-8-5,0-2-2-0		Изборни		VIII		5	
Наставник/ -ци							
Сарадник/ -ци							
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	
2	2	0	2*15*1,5	2*15*1,5	0*15*1,5	1,5	
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) $X*15 + Y*15 + Z*15 = W$ 30 + 30 + 0 = 60 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) $2*15*1,5 + 2*15*1,5 + 0*15*1,5 = T$ 45 + 45 + 0 = 90 h				
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): $W + T = U_{opt}$ сати семестрално 60 h + 90 h = 150 h = U_{opt}							
Исходи учења	Након завршеног процеса учења студенти ће бити способни да разумеју: - Савремене концепте и изазове функционисања трговине и канала маркетинга у развијеним тржишним привредама - Динамику успостављања односа између трговине и кључних актера у пословном окружењу - Развој и примену савремених стратегија за побољшање ефикасности и конкурентности трговинских предузећа						
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	Управљање каналима маркетинга					
	Недеља V	Развој институције трговине у каналима маркетинга					
	Недеља VI	Трговина на велико					
	Недеља VII	Први колоквијум					
	Недеља VIII	Трговина на мала 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)	
Стеван Рапаић		Свјетска трговинска организација и предузећа у спољној трговини, Београд: ЦИД ЕФБ			2013	7-200	
Јелена Станковић, Бојана Чавић		Трговина и други канали маркетинга, Београд: Сингидунум			2013	1-288	
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						
	активности на предавањима и вјежбама				10	10%	
	задаћак студија случаја – групни рад				5	5%	
	нпр. тест/ колоквијум				20	20%	
	нпр. тест/ колоквијум				20	20%	
	Завршни испит						
	нпр. завршни испит (усмени/ писмени)				45	45%	
УКУПНО				100	100 %		
Web страница	https://ekofis.ues.rs.ba/sp-turizam-i-hotelijerstvo-od-202021-godine/						
Датум овере	283/25 од 20.2.2025. године						

* користећи опцију инсерт мод унијети онолико редова колико је потребно

¹ Коефицијент студентског оптерећења S_0 се рачуна на следећи начин:

а) за студијске програме који не иду на лиценцирање: $S_0 = (\text{укупно оптерећење у семестру за све предмете } 900 \text{ h} - \text{укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете } _____\text{ h}) / \text{укупно наставно оптерећење П+В у семестру за све предмете } _____\text{ h} = _____\text{.}$ Погледати садржај обрасца и објашњење.

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