

<b>Студијски програм:</b> Менаџмент бизниса и логистике			
<b>Назив предмета:</b> Менаџмент продаје			
<b>Наставник:</b> мр Сарић С. Саша, предавач			
<b>Статус предмета:</b> обавезни			
<b>Број ЕСПБ:</b> 7			
<b>Услов:</b> нема услова			
<b>Циљ предмета</b> Основни циљ предмета Менаџмент продаје је да упозна студенте са изазовима и концептима менаџмента продаје и специфичностима ове функције менаџмента у склопу управљања предузећем, како би боље разумели улогу и значај продаје и продајног менаџмента у модерном пословању и практично овладели вештинама планирања и руковођења функцијом продаје у организацији са циљем постизања веће ефикасности продаје и остваривања бољих продајних резултата у дугом року.			
<b>Исход предмета</b> Студенти ће се упознати са основним појмовима у вези са процесом продаје, управљањем процесом продаје и планирањем продаје, као и учесницима у процесу продаје. Студенти ће бити оспособљени да самостално осмишљавају и обављају основне послове из домена управљања продајом, примењују моделе, методе и програме менаџмента продаје у пословној пракси и решавају практичне проблеме управљања продајном функцијом у организацијама. Уједно ће се упознати са предностима изласка компаније на инострано тржиште, али и са повезаношћу функције продаје са маркетинг функцијом унутар компаније.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Природа, захтеви и одговорности управљања продајом; Процес управљања продајом и дугорочним односима са купцима; Истраживање тржишта продаје; Стратегије продаје и избор канала маркетинга; Планирање продајних активности; Организација продаје; Развијање стратегије производа; Управљање односима у продаји; Облици продаје; Развој личне продаје; Задаци продајног менаџера; Унапређење продаје; Продајна политика и руковођење продајом; Процеси и критеријуми избора кључних купаца; Електронска трговина <i>Практична настава</i> Маркетинг активности у продаји; Обука и развој експертизе продавца као основ добре продаје; Управљање продајним тимом; Управљање кључним купцима; Процеси и критеријуми избора кључних купаца; Лидерство у продаји; Контрола реализације активности продаје; Стилски комуницирања у продаји; Организациона решења за управљање кључним купцима; Асортиман као конкурентско средство; Одређивање цена и трговинска стратегија; Закључивање продаје и потврђивање партнерства; Интернет као канал продаје; Специфичности продаје на интернету; Фактори формирања цена као конкурентског средства			
<b>Литература</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ловрета, С. <i>Трговински менаџмент</i>, Економски факултет Београд, 2015</li> <li>• Ловрета, С., Петковић, Г., и сар. <i>Трговински маркетинг и продаја</i>, Економски факултет Београд, 2016.</li> <li>• Ловрета, С., Петковић, Г., Кончар, Ј. <i>Канали маркетинга</i>, Економски факултет Београд, 2013.</li> </ul>			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава:</b> 30	<b>Практична настава:</b> 45
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, вежбе, презентација примера из пословне праксе, студије случаја, израда и презентација семинарских радова			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>Поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>Поена</b>
активност у току предавања	5	писмени испит	/
практична настава	5	усмени испит	45
Колоквијум 1	30	.....	
колоквијум 2	/		
семинар-и	15		