

Студијски програм: Основне струковне студије Оптометрија			
Назив предмета: Менаџмент и маркетинг			
Наставник/наставници: Горан М. Вукмировић			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема			
Циљ предмета			
<p>Упознавање студената са основним принципима и концепцијама менаџмента и маркетинга продаје и услуга, као и вештинама и специфичним активностима неопходним за унапређење односа са потрошачима и корисницима услуга у оптометрији.</p>			
Исход предмета			
<p>Студенти ће након завршетка наставног процеса стећи адекватна знања и способности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Опште способности за управљање у услужним предузећима: управљање, мотивација и комуникација са запосленима, купцима и корисницима оптометријских услуга, као и пословним партнерима, - Предметно специфичне способности: разумевање процеса управљања са фокусом на планирање, организовање, вођење и контролу предузећа, финансијску анализу, као и знања и способности у вези са креирањем и оптимизацијом маркетинг микса (асортиман, робна марка, допунске услуге, политика цена, локација, промоција и унапређење продаје), као и аспекта управљања залихама и политиком набавке. <p>Након положеног испита студенти ће бити спремни да ефикасно процењују тржишне услове, као и да ефикасније доносе управљачке одлуке у оптометријској радњи.</p> <p>Стечена знања ће моћи да користе за реализацију различитих активности на управљачким радним местима у оптометрији, као и у другим објектима у услужном и трговинском сектору.</p>			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
<p>Структура савремене трговине и трговински менаџмент; Стратегијски менаџмент у трговини - нивои и садржај; Концепт интегралног трговинског менаџмента; Будућност трговинског менаџмента – нови приступ интегралном трговинском менаџменту; Очекиване промене у трговини будућности; Однос стратегије и структуре у трговини; Изградња организационе структуре у трговини; Главне функције у трговинском предузећу</p> <p>Политика робног асортимана – димензије асортимана и категорије производа; Политика продајних услуга - врсте и карактеристике услуга у малопродаји; Политика набавке – селекција производа, избор добављача и рокови и начин допреме; Политика цена - трошкови, еластичност тражње, бруто маржа и формирање малопродајних цена; Политика локације - марко и микро локација продајног објекта; Политика промоције - промотивне активности, мерчендајзинга и односи са јавношћу Политика продаје финалним потрошачима - лична продаја и продајне вештине</p>			
<i>Практична настава</i>			
Вежбе прате садржаје теоријске наставе. Студенти презентирају и обрађују студије случајева.			
Литература			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ловрета С., Петковић Г.: Трговински менаџмент, ЕКОФ, Економски факултет у Београду, Београд, 2021. 2. Ловрета С., Петковић Г., Богетић З., Стојковић Д.: Трговински маркетинг и продаја, ЕКОФ, Економски факултет у Београду, Београд, 2020. 3. Законски прописи у вези са радом у оптометријској радњи 			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе			
Предавања (2 часа недељно, у току семестра) и вежбе (2 часа недељно, у току семестра)			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	поена

активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испт	30
колоквијум-и	50		
семинар-и	10		