

Студијски програм: Поштанске и банкарске технологије, Телекомуникације, Интернет технологије
Врста и ниво студија: Основне струковне студије
Назив предмета: Менаџмент продаје
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 4
Услов: нема
Циљ предмета
Да упозна студенте са садржајем модерних продајних активности у развијеним тржишним привредама које у значајној мери превазилазе оквире самог чина продаје, тј. са кључном улогом модерне продаје у ефикасној и ефективној реализацији укупних маркетинг активности предузећа.
Исход предмета:
По завршетку овог курса, студенти ће бити у стању да: Теоријска и практична знања и вештине савременог менаџмента продаје примене у реалном пословном окружењу и преузму активну улогу менаџера продаје у креирању садржаја будућег “пакета понуде” конзументата услуга, дефинишу, препознају и примењују основне менаџмент процесе; користе концепте, методе и технике за ефикасно спровођење функција планирања, организовања, вођења и контроле; биће оспособљени за успешну примену свих аспеката савременог менаџмента у реалном привредном окружењу; развиће менаџерску логику и размишљање.
Садржај предмета:
<i>Теоријска настава:</i> Увод у теорију менаџмента; Дефинисање и функције менаџмента; Интердисциплинарност менаџмента, Појава и развој менаџмента Концепције савременог менаџмента; Врсте и карактеристике менаџера, Вредновање менаџера; Планирање и одлучивање: Природа планирања и процес планирања; Технике планирања, Фазе процеса планирања, План који функционише; Стратешко планирање и стратешки менаџмент, Методе и технике стратешког менаџмента. Појам и значај одлучивања. Фазе процеса одлучивања. Групно одлучивање; Етика и одлучивање. Организациона култура: Појам и значај; Извори организовања културе; Управљање организационом културом Организовање. Основни приступ организовању; Организациона структура и процес организовања, Подела рада и опис радног места; Организациони модели; Ауторитет и делегирања, ауторитета. Вођење: Појам и ступина вођства; Фактори вођства, Стилкови вођства, Комуникација: Појам и значај комуникације; Процес комуникације, Врсте комуникације. Облици организационе комуникације; Мотивација запослених, Теорије мотивације, Улога менаџера у мотивисању запослених;. Иновације и промене: Појам и значај иновација и промена; Организационе иновације и промене; Управљање иновацијама и променама Контролисање: Појам, значај и врсте организационог контролисања, Процес и методе контролисања; <i>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</i> Вежбе, по распореду материје, прате методске јединице и нагласак је на утврђивању и примени наставних садржаја кроз практичне примере и студије случаја. Од студената се захтева да на вежбама објашњавају, логички повезују и анализирају проблематику менаџмента продаје и на тај начин покажу своје знање и разумевање наставне материје.
Литература:
Williams С, 2011. Принципи менаџмента, Дата Статус, Београд. Помоћна литература: материјали са предавања и препоручени часописи. Петковић. М; Јанићијевић Н., Богићевић М.Б., 2014. Организација, Економски факултет Београд. Хамел Г., Будућност менаџмента, Мате, Загреб, 2009