

Студијски програм/студијски програми : ОРГАНИЗАЦИЈА ПОСЛОВНИХ СИСТЕМА			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: ПРОДАЈА И МЕНАџМЕНТ ПРОДАЈЕ			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 6			
<p>Циљ рада на предмету Продаја и менаџмент продаје је стручно образовање и оспособљавање кадрова - специјалиста за продају у области информатике, уз иновирање њиховог знања и практичног искуства у примени продајних вештина и способности које доприносе развоју тржишних односа а посебно у области дугорочних односа са свим циљним групама. Конкретни циљеви се односе на разјашњење продајне стратегије, управљање кључним клијентима и сагледавање перспективе продаје и управљања продајом кроз нове технологија.</p>			
<p>Исход предмета Исход рада у оквиру овог предмета треба да буде разумевање места продаје у систему маркетинга, добро уклапање планског процеса и уклапање са тактичким варијантама у пракси продаје. Важност доброг управљања базама података и елементи директног маркетинга као оквир за конкретне продајне акције. Најважније поука у систему образовања везано за продају јесте да је продаја синергија тимског и индивидуалног рада и да је нужно стално усавршавање и појединца и комерцијалног тима.</p>			
<p>Садржај предмета Основе продаје и управљања продајом. Појам продаје. Облици, начини и типови продаје. Појам управљања продајом. Главни задаци и одговорности менаџера продаје. Трендови управљања продајом. Понашање потрошача у продаји. Истраживање понашања крајњег купаца. Понашање индустријских купаца. Концепт укључености купца. Планирање продајних активности. Утицај окружења на формулисање програма продаје. Стратегијско планирање маркетинга и продаје. Дефинисање планова продаје. Организовање продајне службе. Модели организовања продајне службе. Обука продајног особља. Програм обуке. Методе обуке продавца. Мотивација продавца. Системи награђивања и продајне квоте. Управљање временом и продајним територијама. Циљеви, критеријуми и фазе избора продајних територија. Метод одређивања продајних територија. Управљање временом продавца. Појам и значај управљања временом. Методи управљања временом продавца. Планирање временског распореда рада продавца. Управљање кретањем продавца. Оцењивање продајних тимова. Мерење учинка продајне службе. Квантитативни стандарди учинка. Квалитативни стандарди учинка рада продавца. Технике оцењивања учинка продајне службе. Практична настава: Вежбе, Студијски истраживачки рад: Анализа студија случаја из праксе.</p>			
<p>Литература</p> <p style="text-align: center;">Д. Цобер, Ц. Ланкестер: Продаја и управљање продајом, ЦЛИО, Београд 2006.</p>			
<p>Методе извођења наставе Настава се изводи аудиторно, уз примену пројектора, и у комбинацији аудиторно - практично у рачунарским лабораторијама коришћењем рачунарске опреме, кроз паралелни рад студената током предавања и самостални рад током вежби. Током наставе подстиче се укључивање студената, креативан рад кроз дебате и размене мишљења.</p>			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	тест	50
колоквијум (тест)	40		