



KOLEGIJ: „KANALI DISTRIBUCIJE“

Doc. dr. sc. Mirko Palić
Ekonomski fakultet Zagreb
Katedra za marketing
Kabinet B308 (sjever)
www.palic.us

Konzultacije: utorak 17-19 sati

Predavanja: utorak 19 – 20h,
dvorana 10

Seminari: utorak 20 – 21h,
dvorana 10

Svrha kolegija:

Upoznavanje s osnovnim konceptima i praktičnim znanjima iz područja upravljanja kanalima distribucije. To će se učiniti temeljem savladavanja tri osnovna područja:

1. Osnovni pojmovi i terminologija marketinških kanala;
2. Povezivanje teorijskih koncepata s poslovnom praksom distribucije u poduzećima;
3. Analiza i identifikacija različitih strategija stvaranja konkurentske prednosti putem marketinških kanala.

Osnovna namjera kolegija je osposobiti studente za samostalno obavljanje različitih aktivnosti vezanih uz funkcioniranje i upravljanje kanalima distribucije. Izučavani elementi sastavni su dio marketinškog miksa, te se stečena znanja i vještine mogu upotrijebiti u svim poslovnim subjektima, koji nude svoje proizvode/usluge na tržištu. Kolegij je namijenjen studentima III i IV godine studija.

Način izvođenja nastave:

Nastava se izvodi u kombinaciji predavanja, seminara i vježbi. Predavanja čine 1/2 ukupnog fonda sati, a seminari i vježbe ostalu 1/2. Na vježbama je zastupljeno rješavanje raznih poslovnih slučajeva iz domaće i strane poslovne prakse, te studentska obrada i prezentacija pojedinih cjelina iz nastavnog plana na primjerima poduzeća koja posluju na hrvatskom ili međunarodnom tržištu.

Način polaganja ispita:

Polaganje ispita se obavlja temeljem zbirnog vrednovanja sljedećih aktivnosti:

- | | |
|--|-----|
| 1. aktivnost na predavanjima, seminarima i vježbama: | 20% |
| 2. pisani zadatak - projekt na temu iz područja: | 40% |
| 3. završni ispit: | 40% |

Uvjeti polaganja ispita na kolegiju:

Ispit iz ovog kolegija polaže se putem kolokvija (predroka) i studentskog projekta. Uvjet za izlazak na redovni ispitni rok, ili kolokvij, je prisustvovanje na nastavi u iznosu od minimalno 66%. Studenti koji ne ostvare ovaj uvjet ne mogu pristupiti ispitu u tekućoj akademskoj godini, odnosno neće ostvariti pravo na potpis kojim se potvrđuje ispunjenje obveza na kolegiju.



PREGLED TEMA PREDAVANJA

Datum	Naslov teme:	Vrsta nastave
04.10.2011.	Uvod: Marketinška koncepcija poslovanja	Predavanje
11.10.2011.	Pojam i definicija kanala distribucije	Predavanje/seminar
18.10.2011.	Vrste, struktura i organizacija kanala distribucije	Predavanje/seminar
25.10.2011.	Odnosi članova unutar kanala distribucije	Predavanje/seminar
01.11.2011.	Blagdan Svih svetih – nema nastave	Predavanje/seminar
08.11.2011.	Proces oblikovanja i izbora kanala distribucije	Predavanje/seminar
15.11.2011.	Stvaranje konkurentske prednosti putem kanala	Predavanje/seminar
22.11.2011.	Trendovi u razvoju kanala distribucije	Predavanje/seminar
29.11.2011.	Maloprodajna poduzeća u kanalima distribucije	Predavanje/seminar
06.12.2011.	Marketinške strategije maloprodajnih poduzeća	Predavanje/seminar
13.12.2011.	Veletrgovci u kanalima distribucije	Predavanje/seminar
20.12.2011.	Franšize	Predavanje/seminar
10.01.2012.	Fizička distribucija	Predavanje/seminar
17.01.2012.	Prezentacija projektnih zadataka	Predavanje/seminar
24.01.2012.	Predrok-kolokvij i podjela potpisa	Predavanje

LITERATURA:

Obvezna:

1. Bilješke s predavanja i prezentacije dostupne na internetu.
2. Stern, L.W., Coughlan, A.T., Anderson, E., El- Ansary, A.I.: **Marketing Channels**, 7. izdanje, Prentice Hall, New Jersey, 2001.

Dopunska:

1. Segetlija, Zdenko: **Distribucija**, Ekonomski fakultet Osijek, 2006.
2. Rosenbloom, B.: **Marketing Channels: A Management View**, 7. izdanje, South – Western, Mason, Ohio, 2004.
3. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.: **Marketing**, Adverta, Zagreb, 2004.
4. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C.: **Marketing**, Mate, Zagreb, 1995.

ISPITNI ROKOVI: termini održavanja ispita bit će objavljeni na web stranicama Fakulteta.