

Садржај

| | |
|--|----|
| Предговор | 7 |
| Увод | 9 |
| I део | |
| Појам трговинског менаџмента | 11 |
| 1. Дефинисање појма трговине | 13 |
| 2. Дефинисање појма трговинског предузећа | 15 |
| 3. Дефинисање појма трговинског менаџмента | 16 |
| 4. Теорије и концепти трговинског менаџмента | 18 |
| 5. Значај трговине и трговинског менаџмента | 19 |
| II део | |
| Врсте трговине и тржишних институција | 25 |
| 1. Врсте трговине | 27 |
| 1.1. Трговина на велико | 27 |
| 1.2. Трговина на мало | 29 |
| 1.3. Трговина на продајном месту | 30 |
| 1.4. Трговина личним нуђењем | 32 |
| 1.5. Даљинска трговина | 33 |
| 1.6. Електронска трговина | 33 |
| 1.7. Каталожка продаја | 35 |
| 2. Посебне тржишне институције | 36 |

| | |
|---|-----------|
| III део | |
| Типологија трговинског менаџмента | 41 |
| 1. Типови трговинског менаџмента према хијерархијском нивоу | 43 |
| 2. Типови трговинског менаџмента према критеријуму националних граница | 45 |
| 3. Типови трговинског менаџмента према функционалним областима | 47 |
| 4. Типови трговинског менаџмента према критеријуму поделе рада у каналу маркетинга | 48 |
| | |
| IV део | |
| Микро ниво управљања трговином: менаџмент трговинских предузећа | 51 |
| 1. Еволуција трговинског менаџмента | 53 |
| 2. Интегрални трговински менаџмент | 55 |
| 3. Комплексност трговинског менаџмента | 58 |
| 4. Функције трговинског менаџмента | 61 |
| 5. Нивои трговинског менаџмента | 63 |
| 6. Финансијска и маркетиншка димензија трговинског менаџмента | 64 |
| 7. Финансијска стратегија | 68 |
| 8. Маркетинг стратегија | 70 |
| 8.1. Маркетинг планирање | 72 |
| 8.2. Постављање маркетинг стратегије | 74 |
| 8.3. Сегментација тржишта | 76 |
| 8.4. Кључне фазе креирања маркетинг стратегије | 78 |
| 8.5. Маркетинг и продаја | 79 |
| 9. Предмет трговине | 83 |
| 9.1. Роба као предмет трговине | 83 |
| 9.2. Услуге као предмет трговине | 85 |
| 9.3. Производи интелектуалне својине као предмет трговине | 93 |
| 10. Кључне трговинске активности | 96 |
| 11. Канали промета | 97 |
| 12. Купац у свету трговине | 98 |

| | |
|---|------------|
| 13. Набављачи и продавци у свету трговине | 100 |
| 14. Менаџери у трговинском предузећу | 101 |
| 15. Одлуке које доноси трговински менаџер | 103 |
| 16. Ефикасност и ефективност трговинског предузећа | 104 |
| 17. Конкурентска позиција трговинског предузећа | 106 |
| 17.1. Понуда супериорне вредности | 108 |
| 17.2. Конкурентска стратегија | 109 |

V део

| | |
|---|------------|
| Процеси интеграције, кооперације и интернационализације трговине | 119 |
|---|------------|

| | |
|---|------------|
| 1. Интеграција, кооперација и концентрација трговине .. | 121 |
| 2. Тенденције у односима великих и малих трговинских предузећа | 123 |
| 3. Предности и недостаци мањих у односу на већа трговинска предузећа | 125 |
| 4. Интернационализација трговинског предузећа | 127 |
| 5. Мотиви интернационализације трговинског предузећа | 131 |
| 6. Начини интернационализације трговинског предузећа | 135 |
| 7. Стратегије интернационализације трговинског предузећа | 140 |

VI део

| | |
|--|------------|
| Актуелни процес транснационализације трговине | 149 |
|--|------------|

| | |
|--|------------|
| 1. Процес транснационализације | 151 |
| 2. Стране директне инвестиције | 156 |
| 3. Транснационалне компаније | 158 |
| 4. Фактори транснационализације | 160 |
| 5. Доминирајућа улога многофилијалних трговинских компанија | 162 |
| 6. Напуштање концепта поделе на унутрашњу и спољну трговину | 166 |
| 7. Транснационализација трговине | 169 |

| | |
|--|------------|
| 8. Транснационализација трговине појединих група земаља | 171 |
| 9. Улога транснационалних компанија у промету појединих производа | 172 |
| 10. Интернализација трговине и интрафирмска трговина | 173 |
| | |
| VII део | |
| Макро ниво управљања трговином | 179 |
| | |
| 1. Макро ниво управљања трговином: улога државе | 181 |
| 2. Трговинска политика | 186 |
| | |
| VIII део | |
| Трговинска слика Србије | 193 |
| | |
| 1. Одлике трговине у Србији | 195 |
| 2. Трговински сектор Србије | 197 |
| 3. Трговина Србије са светом | 202 |
| 4. Транснационализација трговине Србије | 207 |
| 5. Кључни проблеми у развоју трговине Србије | 214 |
| 6. Кључна опредељења у развоју трговине Србије | 217 |
| 7. Циљеви развоја трговине Србије | 219 |
| | |
| Литература | 227 |