

**SVEUČILIŠTE U MOSTARU
EKONOMSKI FAKULTET**



**SMJER MARKETING
PREDMET: KANALI DISTRIBUCIJE
ŠKOLSKA 2015. / 2016. GODINA**

Profesor: Izv. prof. dr. sc. Sandra Soče Kraljević

Predavanja:

Ponedjeljak od 10 do 12

Konzultacije:

Ponedjeljak od 12 do 13

Ponedjeljak od 15 do 16

Cilj kolegija jest razvijanje sposobnosti studenata za razumijevanje i primjenu u praksi kanala distribucije. Kroz ovaj kolegij ćemo odgovoriti što su to kanali distribucije ili marketinški kanali, kakva može biti njihova struktura i vrsta, kako teče razvoj i oblikovanje kanala, kakva se dinamika odvija između organizacija i posrednika koji tvore kanal te, zaključno, kako se optimalnim spletom navedenih dijelova stvara konkurentna prednost za poduzeće. Važno je napomenuti da za razliku od ostalih komponenata marketing miksa, odluke vezane uz kanal distribucije često predstavljaju dugoročno vezivanje te ih nije moguće lako i brzo mijenjati. Zbog toga je za poduzeće vrlo važno da iz velikog izbora različitih alternativa oblikuje marketinški kanal koji će biti troškovno učinkovit, odgovarati ciljnom tržištu i vrsti proizvoda koji se nude. Temeljem navedenih odluka poduzeće može steći dugotrajnu konkurentsku prednost. Pokrivenost tržišta, približavanje potrošaču, brzina isporuke i dostupnost samo su neki od elemenata koji će utjecati na percepciju potrošača o tome nudi li proizvod primjerenu kvalitetu i vrijednost.

LITERATURA:

Obvezna:

1. Stern, L.W., Coughlan, A.T., Anderson, E., El - Ansary, A.I.: Marketing Channels, 6 izdanje, Prentice Hall, New Jersey, 2001.
2. Rosenbloom, B.: Marketing Channels: A Management View, 7. izdanje, South – Western, Mason, Ohio, 2004.

Dopunska:

1. Grupa autora, Marketing, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2007.
2. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., - urednici, Marketing, Adverta, Zagreb, 2007.
3. Soče Kraljević, S., Upravljanje imidžom maloprodaje, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2009.
4. Bijakšić Martinović, S., Jelčić, S., Distribucija i prodaja u suvremenom marketinškom okruženju, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2009.
5. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C., Marketing, Mate, Zagreb, 1995.

Način polaganja ispita:

Provjera znanja će se odvijati kroz dva kolokvija. Konačna ocjena predstavlja zbroj ukupno ostvarenih bodova tijekom slušanja kolegija.

Studenti moraju sakupiti minimalno 55 bodova kako bi uopće pristupili usmenom dijelu ispita.

Vrijednost cjelovitog ispita se sastoji od slijedećih dijelova:

Aktivnost	Maksimalan broj bodova	Minimalan broj bodova
1. kolokvij	50	25
2. kolokvij	50	25
UKUPNO	100	50

Broj bodova	Konačna ocjena
91 – 100	Izvrstan (5)
81 – 90	Vrlo dobar (4)
71 – 80	Dobar (3)
61 – 70	Dovoljan (2)
55 – 60	Uvjetan prolaz, obvezan usmeni ispit
Manje od 55	Nedovoljan (1)

SILABUS IZ KANALA DISTRIBUCIJE:

Poglavlje 1. – Uvod u kanale distribucije

Poglavlje 2. – Pojam i definicija kanala distribucije

Poglavlje 3. – Vrste kanala distribucije

Poglavlje 4. – Struktura kanala distribucije

Poglavlje 5. – Organizacija kanala distribucije

Poglavlje 6. – Proces oblikovanja i izbora kanala distribucije

Poglavlje 7. – Odnosi članova unutar kanala distribucije

Poglavlje 8. – Stvaranje konkurentskih prednosti putem kanala distribucije

Poglavlje 9. – Trendovi u razvoju kanala distribucije

Poglavlje 10. – Internet kao kanal distribucije

Poglavlje 11. – Kanali distribucije za usluge

Poglavlje 12. – Izravna marketing, izravna prodaja i izravni kanali distribucije

Poglavlje 13. – Reverzni ili obrnuti kanali distribucije

Poglavlje 14. – Vrijednosne mreže kao kanal distribucije

Poglavlje 15. – Maloprodajno poslovanje

Poglavlje 16. – Veleprodajno poslovanje

Poglavlje 17. – Fizička distribucija

Poglavlje 18. – Zaključak kanala distribucije

Plan predavanja iz Kanala distribucije u školskoj 2015. / 2016. godini:

29.02. Blagdan

07.03. Uvodno predavanje

Poglavlje 1. – Uvod u kanale distribucije

14.03. Poglavlje 2. – Pojam i definicija kanala distribucije

Poglavlje 3. – Vrste kanala distribucije

21.03. Poglavlje 4. – Struktura kanala distribucije

Poglavlje 5. – Organizacija kanala distribucije

28.03. Uskrсни ponedjeljak – Blagdan

04.04. Izvanredni ispitni rok u travnju

11. 04. Poglavlje 6. – Proces oblikovanja i izbora kanala distribucije

Poglavlje 7. – Odnosi članova unutar kanala distribucije

Poglavlje 8. – Stvaranje konkurentskih prednosti putem kanala distribucije

18.04. Prvi kolokvij iz Kanala distribucije

25.04. Poglavlje 9. – Trendovi u razvoju kanala distribucije

Poglavlje 10. – Internet kao kanal distribucije

Poglavlje 11. – Kanali distribucije za usluge

02. 05. Blagdan

09.05. Poglavlje 12. – Izravna marketing, izravna prodaja i izravni kanali distribucije

Poglavlje 13. – Reverzni ili obrnuti kanali distribucije

Poglavlje 14. – Vrijednosne mreže kao kanal distribucije

16.05. Poglavlje 15. – Maloprodajno poslovanje

23.05. Poglavlje 16. – Veleprodajno poslovanje

30. 05. Poglavlje 17. – Fizička distribucija

Poglavlje 18. – Zaključak kanala distribucije

06.06. Drugi kolokvij iz Kanala distribucije

13.06. Kratki pregled drugih knjiga iz Kanala distribucije

Završno predavanje

ISPITNA PITANJA IZ KANALA DISTRIBUCIJE:

1. Uvod u Kanale distribucije?
2. Osnovni pojmovi u Kanalima distribucije?
3. Što su kanali distribucije ili marketinški kanali?
4. Objasnite kanale distribucije na primjeru iz prakse?
5. Poduzeće će koristiti posrednike zbog jednog ili više sljedećih razloga?
6. Koje su funkcije kanala distribucije?
7. Koje imamo tijekove kroz kanal distribucije?
8. Koje su aktivnosti kanala distribucije?
9. Navedite vrste kanala distribucije?
10. Navedite i pojasnite razine kanala distribucije na tržištu krajnje potrošnje (B2C)?
11. Navedite i pojasnite razine kanala distribucije na tržištu poslovne potrošnje (B2B)?
12. Koje odluke morate donijeti prilikom određivanja strukture distribucijskog kanala?
13. Što je nulti ili izravni kanal distribucije i pojasnite ga na primjeru iz prakse?
14. Što je kanal distribucije prve razine i pojasnite ga na primjeru iz prakse?
15. Što je kanal distribucije druge razine i pojasnite ga na primjeru iz prakse?
16. Što je kanal distribucije treće razine i pojasnite ga na primjeru iz prakse?
17. Što je organizacija kanala distribucije?
18. Što su okomiti kanali distribucije i koje su njihove vrste?
19. Što su vodoravni kanali distribucije?
20. Što su hibridni kanali distribucije?
21. Što je proces oblikovanja i izbora kanala distribucije i navedite njegove faze?
22. Objasnite analizu potreba potrošača kao prvu fazu procesa oblikovanja i izbora kanala distribucije?
23. Objasnite definiranje ciljeva i ograničenja kanala kao drugu fazu procesa oblikovanja i izbora kanala distribucije?
24. Objasnite utvrđivanje glavnih alternativa kao treću fazu procesa oblikovanja i izbora kanala distribucije?
25. Objasnite vrednovanje alternativa i izbor najbolje alternative kao četvrtu fazu procesa oblikovanja i izbora kanala distribucije?
26. Kakav je dizajn kanala distribucije na međunarodnom tržištu?
27. Kakvi su odnosi članova unutar kanala distribucije, navedite ih i objasnite?
28. Što je vodstvo unutar kanala distribucije i kako utječe na kanal distribucije?
29. Što je suradnja unutar kanala distribucije i kako utječe na kanal distribucije?
30. Što je sukob unutar kanala distribucije i kako utječe na kanal distribucije?
31. Koje se konkurentske prednosti stvaraju kroz kanale distribucije?
32. Koje poznate trendove u razvoju kanala distribucije?
33. Objasnite Internet kao kanal distribucije?
34. Objasnite kanal distribucije za usluge?
35. Objasnite izravni marketing, izravnu prodaju i izravne kanale distribucije?
36. Objasnite reverzni ili obrnuti kanal distribucije?
37. Objasnite vrijednosne mreže kao kanal distribucije?
38. Što je maloprodajno poslovanje?
39. Što je maloprodaja u prodavaonici i koje su vrste prodajnih objekata?
40. Navedite vrste maloprodajnih objekata koje su locirane u blizini vašeg mjesta stanovanja?
41. Što je maloprodaja izvan prodavaonice i koje poznate njene vrste?
42. Što su maloprodajne organizacije i navedite koje oblike poznajete?

43. Koje su glavne marketinške odluke maloprodaje?
44. Koje poznate trendove u maloprodaji?
45. Kakvo je trenutno stanje maloprodaje u Bosni i Hercegovini?
- 46. Što je veleprodajno poslovanje?**
47. Koji postoje vrste veletrgovaca prema preuzimanju vlasništva nad proizvodima i uslugama?
48. Koji postoje veletrgovci koji preuzimaju vlasništvo nad proizvodima i uslugama?
49. Objasnite agente, brokere i komisionare kao vrstu veletrgovaca?
50. Objasnite filijale i predstavništva kao vrstu veletrgovaca?
51. Koje su glavne marketinške odluke veleprodaje?
52. Koje poznate trendove u veleprodaji?
- 53. Objasnite pojam fizičke distribucije?**
54. Navedite i objasnite funkcije fizičke distribucije?
- 55. Zaključak iz Kanala distribucije?**