

Економски факултет у Нишу
Ниво студија: Мастер академске студије
Предмет: Трговински маркетинг
Професори: Др Сретен Ђузовић, редовни професор
Др Светлана Соколов-Младеновић, ванредни професор
Школска година: 2020/2021.

СПИСАК ТЕМА ЗА ИЗРАДУ ПРИСТУПНОГ РАДА

1. Трговина у систему маркетинга-задатак, функције и економски значај трговине у систему маркетинга
2. Изазови маркетинг-менаџменту трговинског предузећа у 21. веку
3. Актуелни токови у развоју и функционисању трговине Европске уније (ЕУ)- поуке за маркетинг менаџере у Републици Србији: (Студија случаја)
4. Компаративна анализа развоја и функционисања трговинског маркетинга у земљама ЕУ (поуке за Републику Србију): Студија случаја
5. Трговински маркетинг у условима глобализације-интернационализације пословања: Студија случаја
6. Маркетинг стратегија интернационалних трговинских ланаца: Студија случаја.
7. Стратегија креирања модерног маркетинг-менаџмента као фактор побољшања конкурентске препознатљивости и пословних перформанси трговине Републике Србије (Нови маркетинг-менаџери за ново време): Студија случаја
8. Трошкови промета и ефикасност посредовања трговине као примарне институције друштвено-одговорног маркетинга: Студија случаја
9. Економско-финансијски показатељи као фактор препознатљивости маркетинг менаџмента у трговини: Студија случаја
10. Трговинска маржа као економско-финансијски показатељ пословања трговинских компанија: Студија случаја
11. Стратегије интеграције и кооперације у трговини у функцији јачања конкурентске препознатљивости и пословних перформанси: Студија случаја
12. Креирање и управљање маркетингом дугорочних односа с потрошачима (CRM customer relationship marketing): Студија случаја
13. Трговинска политика и правна регулатива као фактор развоја трговине (Теорија и пракса конкуренције у савременој трговини): Студија случаја
14. Стратегија развоја малопродаје и малопродајних институција: Студија случаја
15. Стратегија развоја великопродаје и великопродајних институција: Студија случаја
16. Сајмови и привредне изложбе у систему трговине-трговинског маркетинга: Студија случаја
17. Робне берзе као високостандардизоване институције и њихов значај за развој трговине: Студија случаја
18. Стратегија развоја предузетништва у трговини Републике Србије, с посебним освртом на малу привреду (МСП): Студија случаја

19. Стратегија регионалног и урбаног развоја трговине Републике Србије: Студија случаја
20. Управљање односима са потрошачима-нове тенденције трговинског маркетинга: Студија случаја
21. Маркетиншка инструментализација "катеорије производа" у трговини: Студија случаја.
22. Стратегија креирања и управљања трговинском марком: Студија случаја
23. Креирање маркетинг стратегије услуга у трговини (мерење квалитета трговинских услуга у функцији сатисфакције потрошача): Студија случаја
24. Трговински маркетинг у ери "нове-дигиталне економије", (Трговински маркетинг на Интернету): Студија случаја
25. Маркетиншка инструментализација система менаџмента квалитетом у трговини: Студија случаја
26. Стратегија и политика промоционо-комуникационог микса у трговини: Студија случаја
27. Стратегија канала продаје трговинских предузећа: Студија случаја
28. Стратегија и политика набавке у условима интернационализације трговине: Студија случаја
29. Стратегија и политика локације у маркетингу трговинског предузећа: Студија случаја
30. Стратегија цена у маркетингу трговинских предузећа: Студија случаја
31. Логистика као инструмент трговинског маркетинга: Студија случаја
32. Етички аспекти трговинског маркетинга-Трговински маркетинг, између, етичких начела, сиве економије и шпекулација у робном промету: Студија случаја
33. Како извршити маркетинг "реинжењеринг" у трговини Србије и учинити га препознатљивим у регионалним и глобалним економским интеграцијама?: Студија случаја
34. Естетизација система квалитета у маркетинг теорији-пракси Србије: ребрендирање Србије у европским и глобалним интеграцијама. (шта треба урадити да би нас свет видео онако како ми желимо да нас види?): Студија случаја
35. Трговинска дипломатија: вештине преговарања и умеће склапања купопродајних уговора: Студија случаја
36. Стратегија управљања ризиком у трговинским компанијама: Студија случаја
37. Осигуравајуће организације за пружање подржавајућих услуга у каналима маркетинга (трговини): Студија случаја
38. Политика потрошачких кредита и осталих облика безготовинске продаје у трговини: Студија случаја
39. Управљање ризицима у трговини: Студија случаја
40. Финансијско-банкарске институције као подржавајући субјекти трговинског сектора: Студија случаја
41. Тема по избору кандидата: 1) актуелност истраживања, 2) циљ истраживања, 3) хипотезе, 4) очекивани резултати

Ниш: 25.11.2020. године.

проф. др Сретен Ђузовић