

Економски факултет у Нишу  
Ниво студија: Мастер студије  
Предмет: Трговински маркетинг  
Професори: Др Сретен Ђузовић, редовни професор  
Др Светлана Соколов-Младеновић, редовни. професор  
Школска година: 2021/2022.

### **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-веб економије" (Трговински маркетинг на Интернету- дигитални маркетинг): 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?  
-Трговина у условима Индустије 4.0.  
-Трговински маркетинг у условима Друштва 5.0: Студија случаја
34. Естетизација система квалитета у маркетинг теорији и 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. Финансијско-банкарске институције као подржавајући субјекти трговинског сектора: Студија случаја.
  40. Трговина у условима пандемије COVID-19
  41. Тема по избору кандидата...

Напомена: Приступни рад треба да буде урађен у складу с методологијом научно-истраживачког рада и да садржи: 1) предмет и садржај истраживања, 2) актуелност истраживања - циљ истраживања, 3) хипотезе, 4) методи истраживања, 5) очекивани резултати, 6) анализа добијених резултата истраживања – предлог мера...

Студент је у обавези да уради два позитивно оцењена приступна рада, ( предиспитне обавезе, које представљају 70 % градива), и исте је дужан предати предметним наставницима две недеље пре полагања испита.

Списак литературе за припремање и полагање испита налази се на сајту факултета (МАС).

Ниш: 2.12.2021. године.

проф. др Сретен Ђузовић