

Напомена: *Списак испитних питања важећи је и за предмет Канали маркетинга од јуна 2024. године*

Први део

Први колоквијум

1. Разумевање дистрибуције и канала дистрибуције
2. Економски аспект теорије канала дистрибуције
3. Теорије понашања у каналу дистрибуције
4. Однос канала дистрибуције и физичке дистрибуције
5. Еволуција канала дистрибуције
6. Функције и токови у каналима дистрибуције
7. Специјализација и подела рада
8. Контактна ефикасност
9. Структура канала дистрибуције
10. Произвођачи као примарни учесници у каналима дистрибуције
11. Велепродавци као примарни учесници у каналима дистрибуције
12. Малопродавци као примарни учесници у каналима дистрибуције
13. Диверсификованост институција у склопу малопродајне мреже
14. Специјализовани учесници у каналима дистрибуције
15. Показатељи дистрибуције и дистрибутивне мреже
16. Показатељи ефикасности продајне снаге
17. Компензација продајних снага: зарада/награда
18. Праћење продајних снага – *Pipeline* анализа
19. Дистрибутивни центар као специфична врста складишта
20. Значај и улога дистрибутивних центара
21. Типови дистрибутивних центара
22. Централизована и децентрализована структура дистрибутивних центара
23. Величина и унутрашње уређење дистрибутивног центра
24. Локација дистрибутивних центара
25. Одређивање локације дистрибутивних центара
26. Операције у дистрибутивном центру
27. Кључни индикатори перформанси дистрибутивних центара
28. Примена *Data Envelopment Analysis* модела у процени ефикасности дистрибутивних центара

Други колоквијум

29. Однос канала дистрибуције и макро окружења
30. Однос канала дистрибуције и новог производа
31. Канал дистрибуције и животни циклус производа
32. Однос канала дистрибуције и цене
33. Повећање цена кроз канал дистрибуције
34. Однос канала дистрибуције и промоције
35. Однос логистике и канала дистрибуције
36. Однос канала дистрибуције и паковања
37. Значај и улога информационах технологија у каналу дистрибуције
38. Електронска размена података
39. Електронско место продаје
40. БАР код
41. Систем за брз одговор
42. QR кодови
43. Технологија заснована на радио таласима
44. Управљање залихама од стране добављача
45. Планирање захтева за дистрибуцијом
46. Заједничко планирање, предвиђање и попуна залиха
47. Електронски канали дистрибуције
48. Структура електронских канала дистрибуције
49. Мобилни канали дистрибуције и друштвене мреже као облик електронских канала

50. Предности и недостаци електронских канала дистрибуције
51. Франшизни канали дистрибуције
52. Разлози „за“ и „против“ франшизних канала
53. Канали дистрибуције услуга
54. Импликације карактеристика услуга на канал дистрибуције
55. Окружење међународних канала дистрибуције
56. Дизајнирање међународних канала

Други део

57. Елементи екстерног окружења канала дистрибуције
58. Политичко окружење канала дистрибуције
59. Економско окружење канала дистрибуције
60. Конкурентско окружење канала дистрибуције
61. Социокултурно окружење канала дистрибуције
62. Технолошко окружење канала дистрибуције
63. Правно окружење канала дистрибуције
64. Еколошко окружење канала дистрибуције
65. SWOT анализа окружења канала дистрибуције
66. Мотиви уласка у канал дистрибуције
67. Анализа потреба тржишта и тржишног потенцијала
68. Дефинисање циљева канала дистрибуције
69. Процес селекције партнера у каналу дистрибуције
70. Извори информација у процесу селекције партнера у каналу дистрибуције
71. Избор критеријума за потребе селекције партнера
72. Примена Аналитичко хијерархијског процеса код селекције партнера у каналу дистрибуције
73. Дужина канала дистрибуције

74. Принципи дизајнирања канала дистрибуције
75. Фактори дужине канала дистрибуције
76. Ширина канала дистрибуције
77. Сложени канала дистрибуције
78. Нивои и облици сарадње у каналима дистрибуције
79. Лидерство и моћ у каналима дистрибуције
80. Извори моћи у каналима дистрибуције
81. Који члан у каналу дистрибуције заслужује улогу лидера?
82. Односи у каналу дистрибуције засновани на уговорима
83. Односи у каналу дистрибуције засновани на поверењу
84. Комуникација у каналу дистрибуције
85. Конфликти у каналу дистрибуције
86. Узроци конфликта у каналу дистрибуције
87. Ефекти конфликта у каналу дистрибуције
88. Решавање конфликта у каналу дистрибуције
89. Значај и фактори евалуације канала дистрибуције
90. Мониторинг и/или ревизија канала дистрибуције
91. Систем мерења перформанси канала дистрибуције
92. Капацитет канала дистрибуције
93. Продуктивност канала дистрибуције
94. Трошкови у каналима дистрибуције
95. Финансијски показатељи перформанси
96. Профитабилност производа
97. Принос на продају, капитал и имовину
98. Економски додата вредност
99. Спровођење корективних акција
100. Померање функција у каналу дистрибуције

Литература: Анђелковић, А. (2023). Управљање каналима дистрибуције. Ниш: Економски факултет
Предметни наставник: Проф. др Александра Анђелковић, aleksandra.andjelkovic@eknfak.ni.ac.rs, кабинет 10, V спрат
Предметни сарадник: Сандра Милановић, маг. екон., sandra.milanovic@eknfak.ni.ac.rs, кабинет 4 (анекс), II спрат