

PREDGOVOR

Knjiga koja je pred vama napisana je u kontinuitetu već objavljene knjige, „Trgovinsko poslovanje“, izdanje 2000. godine.

U knjizi su obrađena šira pitanja trgovine kao što su: trgovina i trgovinska politika, odnos trgovine i tržišta i zaštita potrošača. Zatim pitanja trgovinskog marketinga i marketing logistike i posebno trgovinski menadžment..

U knjizi je obrađena savremena teorija i praksa, s ciljem da se koristi kao udžbenik na fakultetima i školama.

Verujemo da knjiga može biti od interesa i široj stručnoj javnosti, naročito poslovnim ljudima, koji znaju da trgovinsko poslovanje zahteva vrlo stručna znanja iz marketinga i menadžmenta.

Na kraju zahvaljujemo recenzentima, saradnicima i prijateljima na trudu i pomoći da se ovaj naporan posao uspešno okonča. Posebno zahvaljujemo porodici na razumevanju i strpljenju.

GLAVIĆ Sistem i strukture trgovine

Autori

1. Projekti i definicija trgovine	3
2. Razvoj trgovice	4
2.1. Konstretacije ponude	4
2.2. Razvoj i diverzifikacija ponude	4
3. Funkcije trgovine	5
4. Podež trgovine	6
4.1. Trgovina na velike	6
4.2. Trgovina manjim	6