

PREDGOVOR

Udžbenik je nastao kao plod rada, ali i kao potreba. Osnovni cilj udžbenika jeste da se ukaže na koristi koje donosi prodaja a preko prodaje i koristi lične prodaje.

U udžbeniku je fokus stavljen na najvažnija područja menadžmenta prodaje, marketinga, faze razvoja marketinga, značaja marketinga te povezanost marketinga sa prodajom, o prodaji, osnovnim tehnikama prodaje, pojmom roba, prodavaca i kupaca te pitanjima lične prodaje – počev od definisanja, osnovnih ciljeva i značaja lične prodaje te ostalih pratećih elemenata koji prate ličnu prodaju, također u udžbeniku su obrađena i pitanja multilevel marketinga (MLM), Customer Relationship Management(CRM), i B2B prodaje.

Autor