

RECENZIJA

Svesna činjenice da kod nas ne postoji obimnija literatura iz oblasti Lične prodaje, autorka prof. dr Zdenka Đurić se u ovaj stručni poduhvat upušta sa lakoćom i poznavanjem materije koja je svojstvena samo vrhunskim pedagozima i istraživačima. Dugogodišnje radno iskustvo na rukovodećim pozicijama u velikim privrednim subjektima ali i osvedoceno kvalitetan pedagoški rad na domaćim i stranim univerzitetima, čini značajnu osnovu da ovaj udžbenik - priručnik bude, bogato aktuelnim podacima i, zanimljivo štivo. Iako ne prevelikog obima, ovaj udžbenik-priručnik u sadržinskom smislu obrađuje sve elemente neophodne za stručno i praktično pozicioniranje lične prodaje u okvire promotivnih aktivnosti koje su potrebne za unapređenje prodaje. Pored definisanja osnovnih pojmova u prva dva poglavlja, autorka dalje u trećem i četvrtom poglavlju daje uvid u ponašanje kupaca i odnose sa njima, ukazuje na značaj motivacije, uspešne komunikacije i protokola pregovaranja i daljeg poslovanja. Obilje korisnih dokumenata koji su jasna potkrepa napisanom (Zakon o obaveznim odnosima, Zakon o zaštiti potrošača, Evropski kodeks za ličnu prodaju i drugo) kao i brojne sheme omogućavaju precizniji uvid u praktičnu primenljivost realizovanog materijala.

Faktografija, precizan jezik i stil, sažetost i konciznost čine ovu materiju podjednako razumljivom kako profesionalcima, tako i onima koji tim stazam tek treba da koračaju.

Predlažem da se ova knjiga prihvati kao udžbenik-priručnik za izborni predmet „Lična prodaja“ na Panevropskom univerzitetu APEIRON u Banja Luci.

Novi Sad, 14. januar 2011.

Doc. dr Violeta Zubanov

Prof. dr Leposava Grubić-Nešić