

RECENZIJ A

Knjiga "PRODAJA I PRODAJNI MENADŽMENT" autora Prof. dr. NIKOLE GRABOVCA obrađuje problematiku poslovanja, ali sa aspekta prodaje i prodajnog menadžmenta. Autor problematiku marketing poslovanja promatra sa aspekta prodaje i prodajnog menadžmenta.

Prihvatajući marketing filozofiju poslovanja kao polaznu osnovu autor stavlja prodaju u specifičnu poziciju od koje očekuje da predlaže, kreira i učestvuje u koncipiranju marketinga jer će prodaja najviše koristiti elemente marketinga u realizaciji svog temeljnog zadatka – prodaji i naplati.

Knjiga je značajan doprinos razvoju naučne misli naročito iz oblasti marketinga, a posebno prodaje.

Autor je knjigu podijelio na tri dijela i šesnaest poglavlja. Svako poglavlje se odnosi na problem prodaje i određenog područja. Tako na primjer autor u poglavlju asortiman i prodaja, obrađuje proces vezan za izbor i definiranje asortimana, pri čemu ukazuje na značaj i ulogu prodaje u definiranju politike asortimana, jer će prodaja dobiti najteži zadatak da proda proizvode iz usvojenog asortimana. Autor na isti način pristupa definiranju uloge u koncipiranju politike cijena, politike promocije i politike distribucije.

Autor uvijek polazi od činjenice da prodaja treba učestvovati u kreaciji marketing plana, jer će ona morati na tržištu konačno realizirati taj plan kroz prodaju i naplatu.

Sa aspekta upravljanja prodajom autor obrađuje pojedinačno sve elemente menadžmenta primjenjene na funkciju prodaje, odnosno menadžmenta prodaje. Detaljno obrađuje planiranje, organiziranje, rukovođenje, ljudske resurse i kontrolu prodaje.

Poseban kvalitet knjizi daju brojni praktični primjeri iz oblasti prodaje kao i primjeri iz pojedinih bosansko-hercegovačkih kompanija.

Knjiga sadrži sve teme iz naslova knjige i pojedinačnih poglavlja i predstavlja značajan doprinos naučnoj misli naročito iz oblasti marketinga odnosno prodaje.

Ova knjiga će dobro poslužiti studentima na proširenju znanja iz prodaje, a neekonomisti mogu sagledati marketing koncept poslovanja. Razne struke inženjera koji su angažirani u prodaji imat će dobru priliku da iz ove knjige sagledaju marketinšku filozofiju poslovanja naročito sa aspekta prodaje i prodajnog menadžmenta.