

IZŠLA JE ZNANSTVENA MONOGRAFIJA: MENEDŽMENT PRODAJE – ZA TEORIJU IN PRAKSO



Avtorja:
prof. dr. **Boris SNOJ**,
doc. dr. **Matjaž IRŠIČ**

Pri založbi Pearson Education je izšla znanstvena monografija Menedžment prodaje – za teorijo in prakso avtorjev Borisa Snoja in Matjaža Iršiča.

Monografija je plod večletnega dela, ki se je začelo s prvo izdajo: Snoj, Boris. 1997. Delovno gradivo: Management prodaje. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta. V začetni obliki je bila namenjena predvsem študentom, v tej obliki pa jo avtorja namenjata tudi drugim možnim uporabnikom, predvsem menedžerjem in zaposlenim v prodajni funkciji v katerih koli podjetjih.

Namen knjige je bralcu ponuditi povezano celoto temeljnih konceptov na področju menedžmenta prodaje, pri čemer sta avtorja izhajala iz dejstva, da sta prodaja in menedžment prodaje kljub izraziti dinamičnosti razvoja v svetu vsaj v Sloveniji še vedno področji znanj, ki ju v praksi pogosto obravnavajo zgolj na ravni veščin, na katere se, podobno kot na delo gospodinje, tako ali tako spoznajo vsi. Tudi v slovenskih akademskih krogih menedžmentu prodaje ni namenjeno veliko pozornosti, saj je fakultet ter visokih in višjih šol, na katerih poučujejo ta znanja, malo, prav tako pa je malo del, ki jih akademski raziskovalci posvečajo področju prodaje. Eden temeljnih ciljev avtorjev pri pisanju te monografije je bil prispevati k izboljšanju odnosa do prodaje in znanj o prodaji kot vedi in veščini v pedagoškem procesu na ustreznih fakultetah, visokih in višjih šolah ter v praksi podjetij pri nas.

V zasnovi knjige avtorja izhajata iz predpostavke, da sta teorija in praksa neločljiva dela celote. Zato knjiga vsebuje teoretična in praktična znanja. V njej razčiščujeta teoretične koncepte in praktikom ponujata osnovne usmeritve, ne pa »receptov«, veljavnih za vsako situacijo v poslovnem odločanju v prodaji v podjetjih. Za lažje razumevanje vsebine navajata številne primere, med njimi pa je, zaradi poenostavitve, večje nazornosti in aktualnosti, večina hipotetičnih. Prav tako uporabljata številne ilustracije vsebine v obliki slik in tabel, zato da bi bralcu olajšala razumevanje vsebine.

Knjigo sta napisala tako, da sta upoštevala načelo splošne veljavnosti vsebine. Zato sta se izogibala poudarjanju nepomembnih specifičnosti prodaje, značilnih za posamezno podjetje, prav tako pa sta se želela izogniti dajanju receptov, ki veljajo za vse situacije, s katerimi se podjetja srečujejo.

Praktični vidiki v knjigi ne bi bili dovolj zajeti, če pri njeni pripravi ne bi aktivno sodeloval David Đukić, direktor Inštituta za profesionalno prodajo iz Ljubljane, eden redkih posameznikov pri nas, ki se s prodajo ukvarja strokovno in znanstveno.

Monografijo so recenzirali dr. Irena Vida, redna profesorica z Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, dr. Nada Zupan, izredna profesorica z Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, ter dr. Damijan Mumel, redni profesor z Ekonomsko-poslovne fakultete Univerze v Mariboru.

Monografija je na voljo v prodajalnah Mladinske knjige.