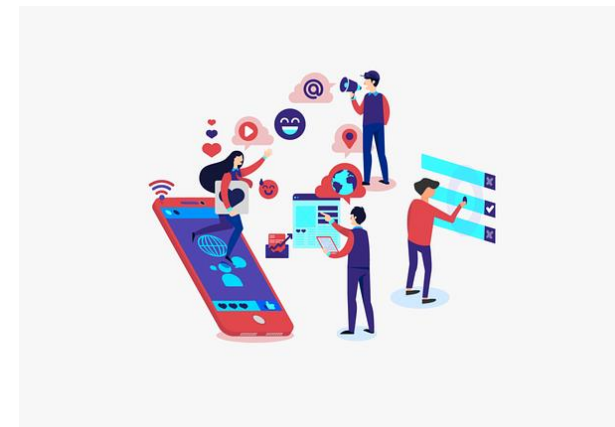


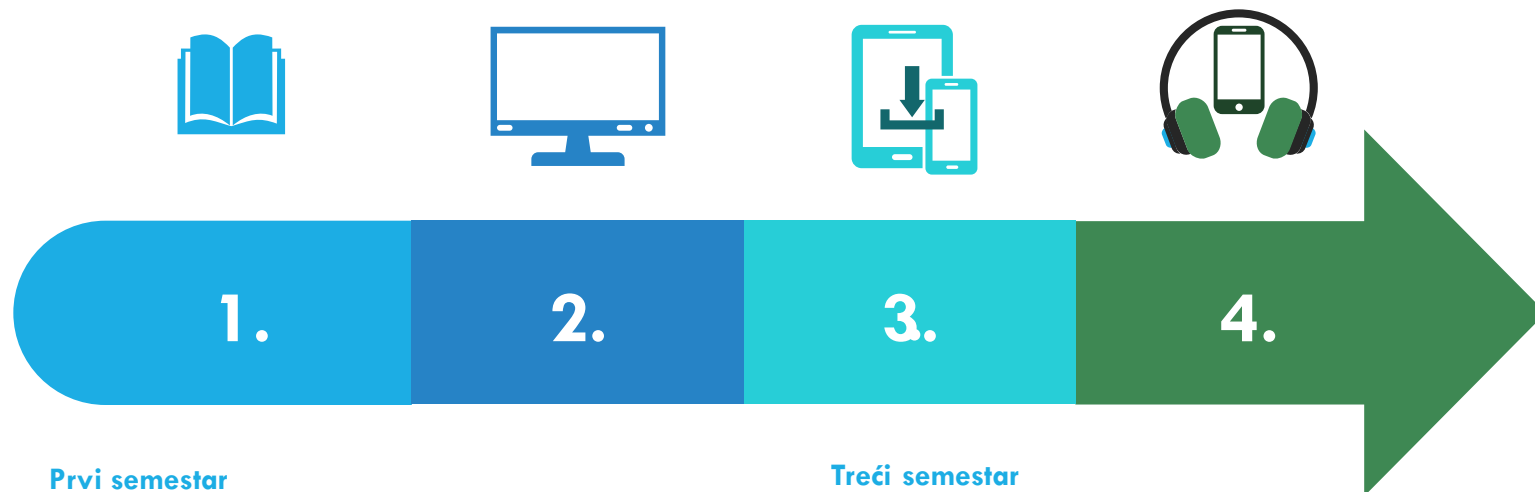
MARKETING



Program: Menadžment, Smjer: Marketing

Smjer je namijenjen studentima II ciklusa studija koji žele integrisati i proširiti znanja iz oblasti marketinga koja su stekli tokom prvog ciklusa studija i usmjeriti se ka karijeri u oblasti marketinga. Program je dizajniran tako da podstakne transformaciju shvatanja biznisa na bazi marketinških naučnih disciplina pružajući izvanrednu edukaciju u oblastima poput marketing strategije, primijenjenog istraživanja marketinga, upravljanja proizvodima i uslugama, digitalnog marketinga i dr.

Trajanje studijskog programa



Prvi semestar

U toku prvog semestra, studenti slušaju predmete kroz koje stiču napredna znanja iz oblasti istraživačkih metoda, marketinških strategija i taktika, ponašanja potrošača i neuromarketinga, primijenjenog istraživanja marketinga i marketinga u globalnom okruženju.

Drugi semestar

U toku drugog semestra, studenti usvajaju znanja i vještine o upravljanju proizvodima i uslugama, prodajom, marketing komuniciranjem i marketing kanalima te unapređuju znanja iz digitalnog marketinga i inovacija u marketingu.

Treći semestar

U toku trećeg semestra, studenti razvijaju analitičke vještine i usvajaju dodatna znanja o različitim kvantitativnim i kvalitativnim metodama koje se primjenjuju u istraživanjima, uče o B2B marketing menadžmentu te biraju dva izborna predmeta.

Četvrti semestar

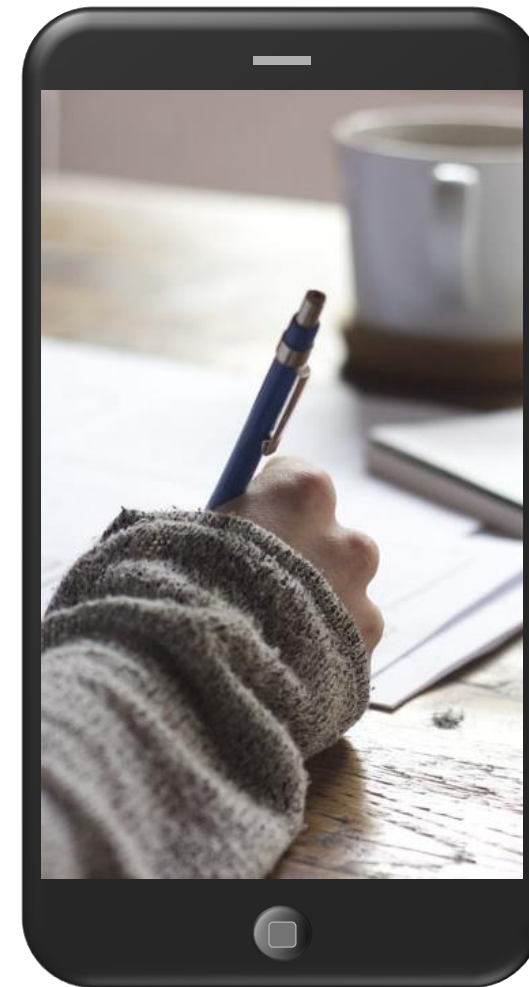
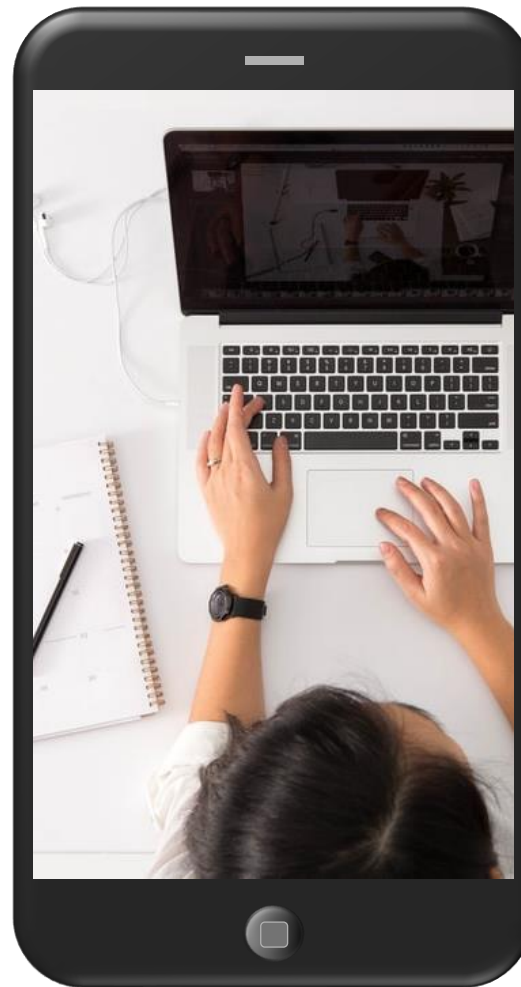
Četvrti semestar posvećen je pisanju i kompletiranju završnog rada studenata.

Marketing

Osnovni ciljevi ovog smjera se odnose na osiguravanje kvalitetnih marketing programa te podršku edukaciji i razvijanju vještina koje će pripremiti studente za uspjeh u poslovnoj karijeri u marketinškoj industriji.

Opis smjera

Program je dizajniran tako da podstakne transformaciju shvatanja biznisa na bazi marketinških naučnih disciplina pružajući izvanrednu edukaciju u oblasti marketinga, poput marketing strategije, primijenjenog istraživanja marketinga, upravljanja proizvodima i uslugama, digitalnog marketinga i dr., kreirajući znanje i informacije, te njihovu diseminaciju. Cilj programa je pomoći u izgradnji pristupa poslovanju i orijentaciji koja vodi tržište i lidera u kreiranju znanja u oblasti strateškog marketinga i građenju aktivnog pristupa u kreiranju biznisa. Program je namijenjen studentima koji žele proširiti i integrisati dosadašnja znanja iz marketinga s ciljem zapošljavanja na poslovima poput marketing menadžera, brend menadžera, kreatora sadržaja, menadžera digitalnog marketinga, menadžera proizvoda, menadžera ključnih kupaca, menadžera prodaje, komunikacijskog menadžera i mnogih drugih.





Ishodi učenja

Nakon završetka programa, studenti će:

Znanje

- biti u stanju da pokažu napredno teoretsko znanje o paradigmatama, načelima, konceptima i teorijama izučavanih oblasti
- da provedu metodološka, primarna i sekundarna istraživanja o problemima iz izučavanih oblasti
- da razumiju nalaze objavljenih istraživanja iz širokog spektra izvora
- da pokažu razumijevanje i stručnost u korištenju naprednih kvantitativnih metoda i softverskih paketa
- prepoznaju probleme u poslovanju i iste povezuju sa primjenom stečenih znanja itd.

Vještine

- moći primijeniti naučene činjenice, teorije, paradigme, načela i koncepte u objašnjavanju i rješavanju poslovnih problema u upravljanju marketingom
- Moći formulirati i objasniti argumente u stručnim raspravama i diskusijama i pisanim radovima
- biti u stanju da prikupe, analiziraju i/ili sintetiziraju podatke iz različitih izvora te prezentiraju i interpretiraju rezultate analize podataka
- moći da primijene analitički pristup u poređenju različitih programa marketinga, razviti i ocijeniti marketinške strategije itd.

Kompetencije

- biti u stanju da primijene rezultate empirijskih studija na sistematičan način kako bi analizirali probleme, pronašli odgovarajuća rješenja za različita pitanja i objasnili rješenja teorijskim argumentima
- moći dizajnirati istraživanje i provesti analizu primjenom kvantitativnih i kvalitativnih tehnika za analizu podataka
- moći predstaviti koncepte i teorije i procijeniti rezultate istraživanja u praktične svrhe itd.



Zanimanja za koja se studenti spremaju

Neka od zanimanja za koje se studenti spremaju



Marketing menadžer/ica

Odgovoran/na je za kreiranje marketing strategije i osmišljavanje i realizaciju uspješnih marketing kampanja.



Brend menadžer/ica

Odgovoran/na je za razvoj strategije brenda, promovisanje brenda, njegov rast i ekspanziju, te implementaciju planova koji se odnose na brend.



Kreator/ica sadržaja

Odgovoran/na je za kreiranje zabavnog i edukativnog sadržaja koji se konzumira kroz različite medije.



Menadžer/ica proizvoda

Njegova/njena odgovornost tiče se upravljanje proizvodom u različitim fazama životnog ciklusa proizvoda te sinergetskog djelovanja s inženjerima kako bi se kreirao proizvod koji potrošači žele.



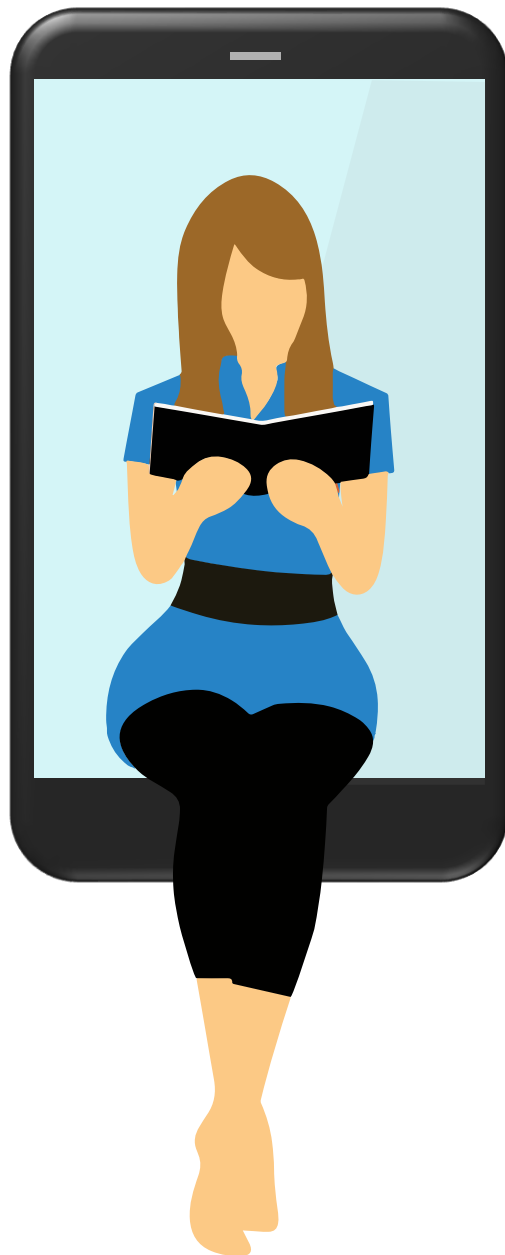
Menadžer/ica ključnih kupaca

Odgovoran/na je za uspostavljanje i održavanje kontakata s ključnim kupcima, anticipiranje njihovih potreba, pridržavanje željenih rokova i pružanje pomoći kupcima.



Menadžer/ica prodaje

Odgovoran/na je za upravljanje prodajnim timovima. Neke od odgovornosti uključuju i mentorstvo i trening prodajnog osoblja, kreiranje prodajnih planova i analizu ostvarenih rezultata.



Struktura programa

4

3

2

1

Prvi semestar

- Istraživačke metode
- Marketinške strategije i taktike
- Ponašanje potrošača i neuromarketing
- Primijenjeno istraživanje marketinga
- Globalni marketing



Drugi semestar

- Upravljanje proizvodima i uslugama
- Upravljanje prodajom
- Upravljanje marketing komuniciranjem
- Upravljanje marketing kanalima
- Digitalni marketing i inovacije u marketingu



Treći semestar

- Metodologija istraživanja
- Marketing analitika
- B2B marketing menadžment
- Izborni predmet
- Izborni predmet



Četvrti semestar

- Završni rad



Među 50 najatraktivnijih zanimanja u SAD-u u 2021. godini prema Glassdoor-u, spada i nekoliko zanimanja iz oblasti marketinga, a to su:

Menadžer proizvoda

3.

31.

Marketing menadžer

Menadžer prodaje

26.

22.

Projekt menadžer



Zašto studenti trebaju upisati ovaj smjer?



Prema izvještaju društvene mreže LinkedIn, ponuda poslova iz oblasti marketinga je porasla za 63% u 2021. godini, dok je tokom godine otvoreno čak 381.000 pozicija iz oblasti marketinga na ovoj mreži. Kao posljedica pandemije, pozicije u marketingu sa mogućnošću rada „na daljinu” postale su izuzetno popularne, što je dodatno povećalo mogućnosti zaposlenja budućim marketarima.