

UNIVERZITET U SARAJEVU



Ekonomski fakultet
u Sarajevu

KATEDRA ZA MARKETING

JEDNOGODIŠNJI MASTER STUDIJ IZ OBLASTI
„NAPREDNI TRGOVINSKI MENADŽMENT“

U SURADNJI SA EKONOMSKIM FAKULTETOM ZAGREB

Sarajevo, septembar 2012. godine

Cilj studija:

Cilj studija je sticanje naprednih znanja iz savremenog upravljanja trgovinom, u formi master studija.

Trajanje:

Studij traje jednu godinu (60 ECTS), sa završnom master tezom.

Koncept:

Studij je namjenjen polaznicima koji su završili četverogodišnji univerzitetski studij i tokom studija ostvarili ekvivalent od 240 ECTS bodova.

Studenti ovog studija mogu nastaviti školovanje na doktorskom studiju prema Bolonjskom modelu visokog obrazovanja.

Ciljna grupa:

Studij je orijentiran praksi i namjenjen je menadžerima svih nivoa i profesionalcima u marketinškim i trgovinskim kompanijama.

Titula:

Završeni studenti studija stiču naziv „Magistar menadžmenta – Napredni trgovinski menadžment“.

Program studija:

Nastavni plan studija se sastoji od 10 obaveznih predmeta. Svaki predmet se sastoji od 30 časova predavanja i nosi po pet ECTS boda, ukupno 50.

Mjesto održavanja nastave:

Nastava će biti izvođena na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu.

Svaki predmet će imati web stranicu u okviru on-line sistema Ekonomskog fakulteta za stalni pristup materijalima i obavještenjima.

Vrijeme održavanja nastave:

Nastava se izvodi radnim danima od 17:15 do 22:00 i subotom od 09:15 do 14:00, prema utvrđenom rasporedu.

Završni master rad:

Završni master rad se radi nakon položenih ispita i nosi 10 ECTS bodova.

Cijena studija:

Cijena studija je 8.000 KM (uključena ocjena i odbrana magistarskog rada), sa mogućnošću obročnog plaćanja.

Program Studija i pregled predmeta:

Redni broj	Predmet	ECTS	Fond sati	Status	Semestar
1.	Trgovina i trgovinska politika	5	30	Obavezni	I
2.	Veleprodajno i maloprodajno poslovanje	5	30	Obavezni	I
3.	Poslovno upravljanje u trgovini	5	30	Obavezni	I
4.	Upravljanje kvalitetom u trgovini	5	30	Obavezni	I
5.	Trgovinski marketing	5	30	Obavezni	I
6.	Poslovna logistika	5	30	Obavezni	I
7.	Integrirana tržišna komunikacija i ponašanje potrošača u trgovini	5	30	Obavezni	II
8.	E-marketing u trgovini	5	30	Obavezni	II
9.	Menadžment kategorije proizvoda i branding	5	30	Obavezni	II
10.	Spoljnotrgovinsko poslovanje	5	30	Obavezni	II

Syllabus-i predmeta se nalaze u prilogu.