

UNIVERZITET U SARAJEVU



Ekonomski fakultet
u Sarajevu

KATEDRA ZA MARKETING

DVOGODIŠNJI 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 dvije godine (tri semestra nastava i u četvrtom semestru izrada završnog magistarskog rada – 120 ECTS bodova).

Koncept:

Studij je namjenjen polaznicima koji su završili trogodišnji dodiplomski studij i tokom studija ostvarili ekvivalent od 180 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 12 obaveznih predmeta, četiri izborna predmeta i obaveznog projekta. Svaki predmet se sastoji od 30 časova predavanja i nosi po pet ECTS bodova, ukupno 80. Obavezni projekt nosi 10 ECTS bodova.

Obavezni predmeti se izvode u prvom i drugom semestru nastave. Izborni predmeti se izvode u trećem semestru nastave. Projekat se radi u trećem semestru nastave.

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.

Završni master rad:

Završni master rad se radi nakon položenih ispita i nosi 30 ECTS bodova.

Cijena studija:

Cijena studija je 12.000 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.	Istraživanje tržišta u trgovini	5	30	Obavezni	II
8.	Ponašanje potrošača u trgovini	5	30	Obavezni	II
9.	Integrirana tržišna komunikacija u trgovini	5	30	Obavezni	II
10.	E-marketing u trgovini	5	30	Obavezni	II
11.	Menadžment kategorije proizvoda i branding	5	30	Obavezni	II
12.	Spoljnotrgovinsko poslovanje	5	30	Obavezni	II
13.	Izborni predmet sa liste	5	30	Izborni	III
14.	Izborni predmet sa liste	5	30	Izborni	III
15.	Izborni predmet sa liste	5	30	Izborni	III
16.	Izborni predmet sa liste	5	30	Izborni	III
17.	Projekt	10	-	Obavezni	III

Lista izbornih predmeta:

- Menadžment nabave
- Franšizno poslovanje
- Pravna zaštita potrošača u EU
- Analitičke metode upravljanja u trgovini
- Upravljanje prodajom i odnosima s kupcima
- Upravljanje odnosima s dobavljačima
- Robne berze