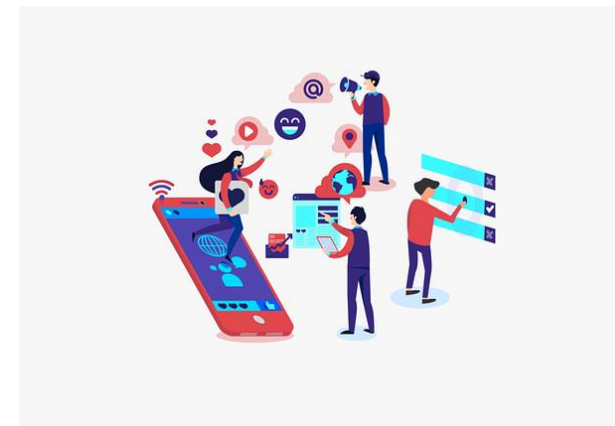


MARKETING



UNIVERZITET U SARAJEVU

**Ekonomski
fakultet u Sarajevu**



Program: Menadžment, Smjer: Marketing

Smjer „Marketing“ namijenjen je studentima I ciklusa studija koji žele razviti karijeru ili nastaviti dalje obrazovanje u oblasti marketinga. Program podržava kulturu edukacije i izgradnje vještina koje studentima pomažu da razviju, implementiraju i kontrolišu strategije i taktike u oblasti marketinga i poslovanja. Programi i rad sa studentima koncipirani su tako da prate savremene trendove i promjene u okruženju, te pripremaju studente za buduće poslove i pozicije koje će zauzimati u praktičnoj oblasti marketinga.



Trajanje studijskog programa



1.

2.

3.

4.

5.

6.

Prvi semestar

U toku prvog semestra, studenti slušaju predmete kroz koje se upoznaju sa osnovama ekonomije, menadžmenta, poslovanja, poslovnog prava, matematike te poslovne informatike, izučavajući ključne paradigme, načela, koncepte i teorije koje podupiru upravljanje u širokom spektru poslovanja.

Drugi semestar

U toku drugog semestra, studenti usvajaju osnovna znanja iz oblasti marketinga, statistike u menadžmentu, makroekonomije i mikroekonomije te računovodstva.

Treći semestar

U toku trećeg semestra, studenti se upoznaju sa kvantitativnim metodama u menadžmentu i finansijama, finansijskim računovodstvom, poslovnim finansijama i stiču znanja iz menadžmenta marketinga i informativnih sistema.

Četvrti semestar

U četvrtom semestru, studenti razvijaju vještine iz oblasti strateškog i finansijskog menadžmenta, upoznaju se sa pojmom poslovne etike, principima poslovanja, ekonomijom u međunarodnom okruženju te konceptom poreza i preduzeća.

Peti semestar

U petom semestru, studenti stiču naprednija znanja iz oblasti marketinga, izučavajući oblasti ponašanja potrošača, istraživanja marketinga, digitalnog marketinga i društvenih medija i marketing usluga. U ovom semestru studenti biraju i izborni predmet te započinju i obaveznu praksu.

Šesti semestar

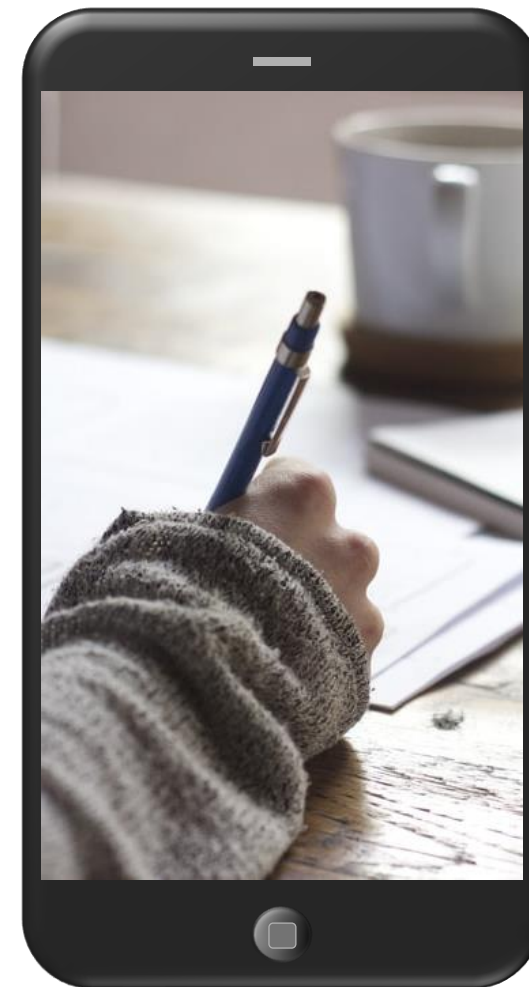
U toku šestog semestra, studenti nastavljaju sa izučavanjem predmeta iz oblasti marketinga, uče o upravljanju cijenama, marketingu kanala distribucije te marketing komuniciranju. Također, biraju dva izborna predmeta te kompletiraju svoja znanja kroz rad na projektu i svoj završni rad.

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

Smjer „Marketing” studentima omogućava razvoj znanja i vještina koja se vezuju za marketing kao poslovnu funkciju. Nakon završetka studija, studenti posjeduju znanja i vještine iz područja marketiga, a sve s ciljem zapošljavanja na poslovima iz oblasti marketinga ili daljeg obrazovanja u navedenoj oblasti. Poslovi koji se po završetku studija mogu obavljati uključuju poslove marketing menadžera, brend menadžera, kreatora sadržaja, menadžera digitalnog marketinga, menadžera proizvoda, menadžera ključnih kupaca, menadžera prodaje, komunikacijskog menadžera te mnoge druge poslove.





Ishodi učenja

Nakon završetka programa, studenti će steći:

Znanje

- Znanja o ponašanju potrošača
- Poznavanje metodologije istraživanja tržišta
- Znanja o digitalnom marketingu i društvenim medijima
- Znanja o marketingu usluga
- Znanja o tehnikama formiranja cijena, faktorima koji utječu na cijene, te strategijama cijena
- Znanje o upravljanju kanalima distribucije
- Znanje o upravljanju integrisanom marketing komunikacijom itd.

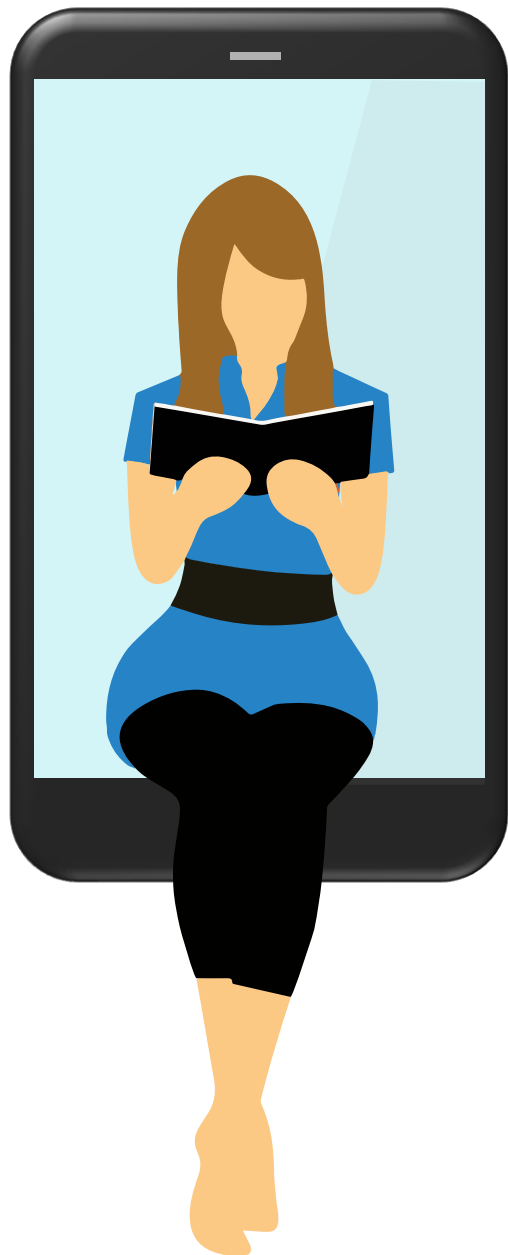
Vještine

- Vještine prodaje
- Vještine komuniciranja
- Vještine upravljanja i vodstva
- Vještine rješavanja problema
- Vještine kritičkog promišljanja
- Vještine uspješnog javnog nastupa, itd.

Kompetencije

- Timski rad
- Donošenje odluka
- Etičko ponašanje
- Upravljanje vremenom
- Upravljanje sobom, 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 upravljanja 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

6

5



Peti semestar

- Ponašanje potrošača
- Istraživanje marketinga
- Digitalni marketing i društveni mediji
- Marketing usluga
- Izborni predmet
- Praksa



Šesti semestar

- Upravljanje cijenama
- Marketing kanala distribucije
- Marketing komuniciranje
- Izborni predmet
- Izborni predmet
- Projekat
- 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.