

MARKETING



UNIVERZITET U SARAJEVU

**Ekonomski
fakultet u Sarajevu**

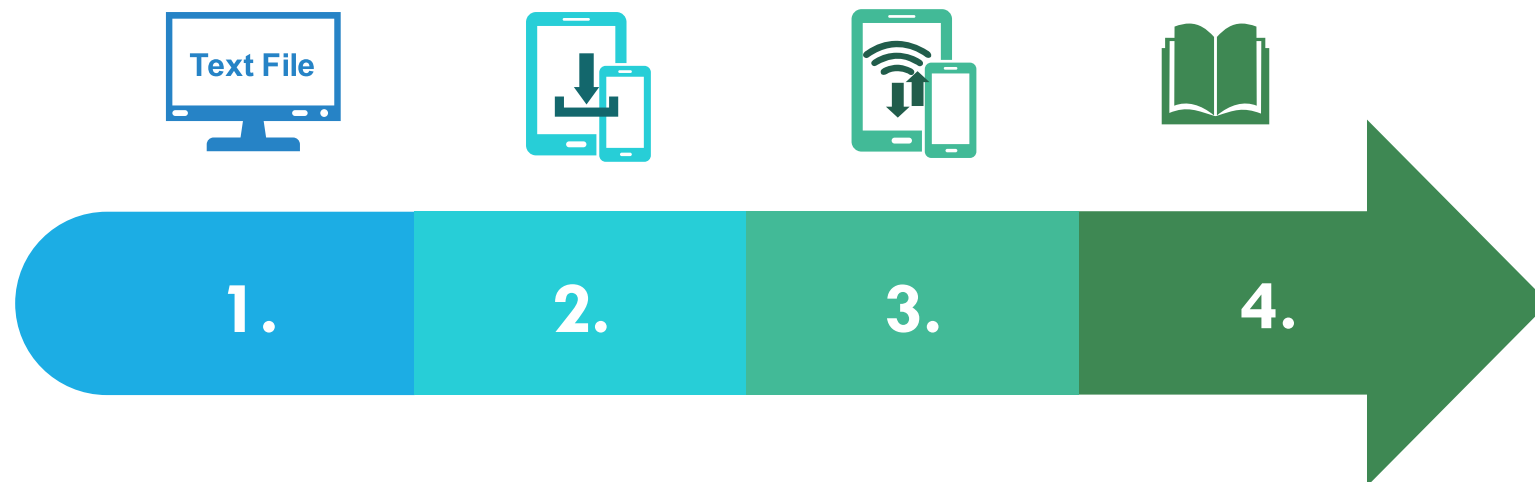


Program: Zajednički smjerovi – EFSA i EFZG, Smjer: Marketing menadžment

Program je namijenjen osobama koje žele da dopune ili steknu znanja o marketingu i njegovoj primjeni u organizaciji bilo kojeg tipa.



Trajanje studijskog programa-dvogodišnji studij



Prvi semestar

Studenti izučavaju strateške procese u marketingu, uče kako razumjeti ponašanje potrošača, kao i kako upravljati pojedinim elementima marketing miksa.

Drugi semestar

Studenti izučavaju upravljanje pojedinim elementima marketing miksa, upravljanje brendom i prodajom, te marketing u međunarodnom okruženju.

Treći semestar

Studenti izučavaju marketing u elektronskom okruženju, marketing na tržištu poslovne potrošnje, te neke izborne predmete.

Četvrti semestar

Studenti rade na svojim master tezama.

Trajanje studijskog programa-jednogodišnji studij



Prvi semestar

Studenti izučavaju strateške procese u marketingu, uče kako razumjeti ponašanje potrošača, kao i kako upravljati pojedinim elementima marketing miksa. Također se upoznaju i s metodologijom istraživanja tržišta.

Drugi semestar

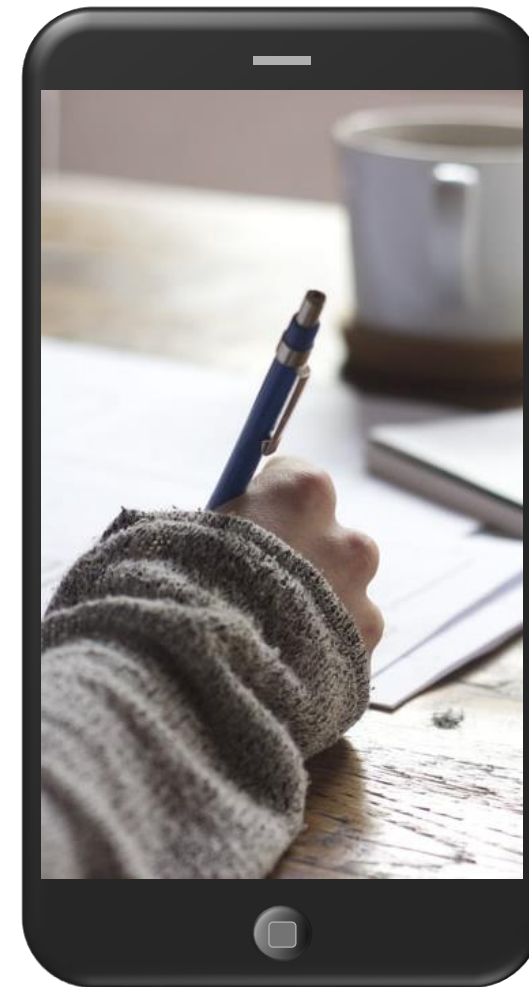
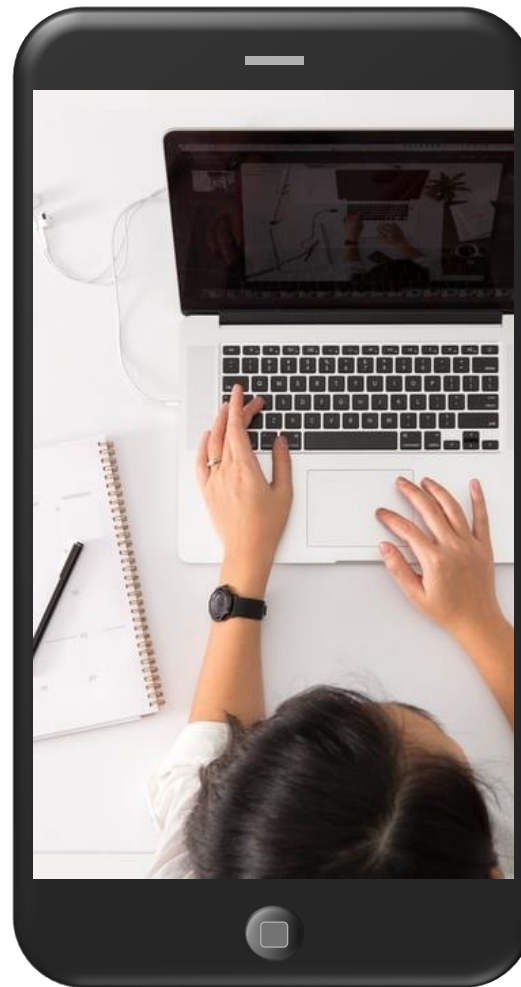
Studenti izučavaju upravljanje pojedinim elementima marketing miksa, marketing u međunarodnom okruženju, te rade na svojoj master tezi.

Marketing menadžment

Program osposobljava polaznike za samostalnu izradu marketing plana i upravljanje organizacijskim marketing miksom, te objašnjava strateški značaj marketinga i njegovu ulogu u realizaciji poslovne strategije kompanije.

Opis smjera

Cilj ovog smjera je osposobiti polaznike na samostalnu izradu marketing plana, upravljanje marketing miksom, te objašnjava strateški značaj marketinga i njegovu ulogu. Program je namijenjen osobama koje žele da dopune ili steknu znanja o marketingu i njegovoj primjeni u organizaciji bilo kojeg tipa. Osobama zaposlenim u marketing odjelima, ovaj program će omogućiti stjecanje naprednih znanja potrebnih kod izrade marketing planova i upravljanja organizacijskim marketing miksom. Osobama koje žele da se bave ovim područjem ili pak rukovodiocima, ovaj program će pomoći da suštinski razumiju funkcije marketinga i kako je on povezan sa strategijom organizacije. Neka od znanja koja polaznik stječe su upravljanje marketing miksom i znanja potrebna za izradu i provedbu marketing plana. Poslovi koje polaznik može obavljati su posao marketing menadžera, brend menadžera, menadžera proizvoda, menadžera ključnih kupaca, kreatora sadržaja, menadžera prodaje, itd.





Ishodi učenja

Nakon završetka programa, studenti će steći:

Znanje

- Znanja potrebna za izradu marketing plana
- Razumijevanja odnosa između marketing plana i strategije kompanije
- Znanje o upravljanju procesima u marketingu
- Znanje o upravljanju proizvodima i uslugama
- Znanje o upravljanju cijenama
- Znanje o upravljanju distributivnim kanalima
- Znanje o upravljanju promotivnim miksom i integrisanom marketing komunikacijom, itd.

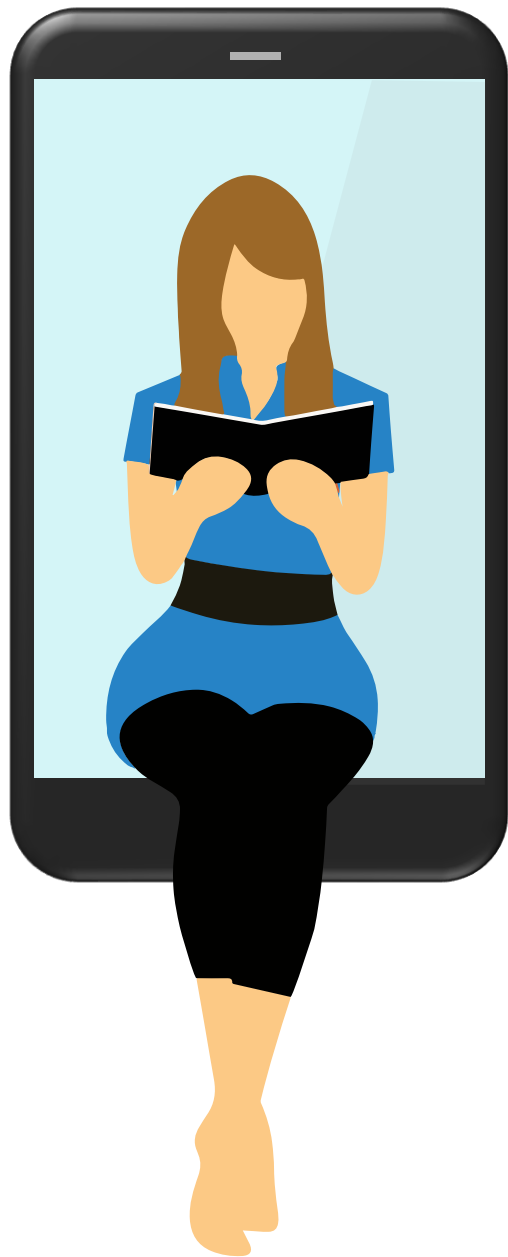
Vještine

- 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 je za kreiranje marketing strategije i osmišljavanje i realizaciju uspješnih marketing kampanja.



Brend menadžer/ica

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



Kreator/ica sadržaja

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



Menadžer/ica proizvoda

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



Menadžer/ica prodaje

Odgovoran je za upravljanje prodajnim timovima. Među njegove odgovornosti spadaju i mentorstvo i trening prodajnog osoblja, kreiranje prodajnih planova i analiza ostvarenih rezultata.

Struktura programa-dvogodišnji studij



3

2

1

Prvi semestar

- Strateško upravljanje marketingom
- Istraživanje marketinga
- Ponašanje potrošača
- Upravljanje proizvodima i uslugama
- Upravljanje cijenama



Drugi semestar

- Upravljanje marketing kanalima
- Upravljanje marketing komuniciranjem
- Međunarodni marketing
- Brend menadžment
- Prodaja i prodajni menadžment



Treći semestar

- E-marketing
- Business-to-business marketing
- Izborni predmet
- Izborni predmet
- Izborni predmet



Četvrti semestar

- Master teza



Struktura programa-jednogodišnji studij



2

1

Prvi semestar

- Strateško upravljanje marketingom
- Istraživanje marketinga
- Ponašanje potrošača
- Upravljanje proizvodima i uslugama
- Upravljanje cijenama



Drugi semestar

- Upravljanje marketing kanalima
- Upravljanje marketing komuniciranjem
- Međunarodni marketing
- Master teza



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 s društvene mreže LinkedIn, potražnja za poslovima 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.