

PROGRAM MARKETING I PRODAJA

STRUKTURA I POPIS PREDMETA

omogućavaju vam odabir izbornih predmeta u smislu oblikovanja individualnog programa te s obzirom na osobne interese i potrebe.

Tijekom cjelokupnog studija oblikovat ćete originalne ideje i koncepte u radu na projektima te ih integrirati u završni magistarski rad.

1. GODINA	ECTS
OBAVEZNI PREDMETI	
› Međunarodna poslovna ekonomija	9
› Istraživanja tržišta	8
› Financije za prodaju i marketing	6
› Menadžment u prodaji i marketingu	6
› Poslovna prognostika i strategija održivog razvoja	9
› Inovativni poslovni procesi, odnosi i modeli	9
› Psihologija prodaje: ljudi, kultura, promjene i ponašanje stranka	6
IZBORNI PREDMETI (student odabere jedan)	
› Društveno odgovorno poduzetništvo i poslovna etika	7
› Komuniciranje s utjecajnim javnostima i lobiranje	7

2. GODINA	
OBAVEZNI PREDMETI	
› Razvoj proizvoda i robnih marki	7
› Integrirano marketinško komuniciranje	7
› Strategije i tehnike prodaje	7
IZBORNI PREDMETI (student odabire dva)	
› Upravljanje odnosima s klijentima (CRM) i poslovna inteligencija (BI)	7
› Strategije cijena i oblikovanje cijena	7
› Internetski marketing	7
› Korporativno komuniciranje	7
› Razvoj mreža i prodajnih kanala	7
› Međunarodno gospodarsko pravo	7
› Organizacijska dinamika za uspješnost poduzeća i kreativno upravljanje promjenama	7
› Ekonomska politika u medijima	7
› Projektni rad	7
› Magistarski rad	18

Fakultet zadržava pravo da u slučaju malog broja studenata sam odredi izborne predmete i module koje će provoditi. Predmeti se ne provode redoslijedom kojim su navedeni u rasporedu programa. Sve predmete koje inače morate položiti do kraja studija, imat ćete u vašem rasporedu.