

STRUKTURA I LISTA PREDMETA PROGRAMA

MARKETING I PRODAJA

vam nakon izvedenih obaveznih predmeta omogućavaju formiranje individualnog programa sa izborom, u odnosu na sopstvena interesovanja i potrebe.

1. GODINA	ECTS
OBAVEZNI PREDMETI	
› Međunarodna poslovna ekonomija	9
› Istraživanja tržišta	8
› Finansije 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, promene i ponašanje stranaka	6
IZBORNI PREDMETI (student bira jedan)	
› Društveno odgovorno preduzetništvo i poslovna etika	7
› Komunikacija s uticajnom javnošću i lobiranje	7

2. GODINA	
OBAVEZNI PREDMETI	
› Razvoj proizvoda i robnih marki	7
› Integrisano marketinško komuniciranje	7
› Strategije i tehnike prodaje	7
IZBORNI PREDMETI (student bira dva)	
› Upravljanje odnosima sa strankama (CRM) i poslovna inteligencija (BI)	7
› Strategije cena i formiranje cena	7
› Veb marketing	7
› Korporativno komuniciranje	7
› Razvoj mreža i prodajnih kanala	7
› Međunarodno privredno pravo	7
› Organizaciona dinamika za uspešnost preduzeća i kreativno upravljanje promenama	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 izvoditi. Predmeti se ne izvode prema redosledu koji je naveden u rasporedu programa. Svi predmeti koje inače morate da položite do kraja studija, će biti navedeni u vašem rasporedu.