

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ ОСНОВНИХ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА МАРКЕТИНГ

Сврха студијског програма

Сврха студијског програма је образовање дипломираних економиста за професију маркетинг менаџера са фондом универзалног знања из ове области који је могуће проширити са новим знањима из области у којој ће конкретни студенти наћи своје запослење. Студијски програм основних академских студија Маркетинг је конципиран тако да обезбеђује стицање компетенција које су друштвено оправдане и корисне. Оне су у складу са основним задацима и циљевима ради образовања високо компетентних кадрова из области маркетинга које је дефинисао Економски факултет Суботица. Сврха студијског програма је у формирању стручних особа које на основу стеченог знања могу самостално решавати захтеве из домена одвијања маркетинг активности у свим областима његове примене, како у профитним тако и у непрофитним и услужним организацијама. Савременост програма и његова усклађеност са међународно признатим високошколским установама у свету дају нам за право да очекујемо компетентност наших маркетинг менаџера у европским оквирима. Сврха студијског програма је да студенти, завршетком основних академских студија у четворогодишњем трајању стекну звање дипломираног економисте, са назнаком студијског програма који су завршили, који су оспособљени за извршење аналитичких, синтетичких и планских задатака, за самостално доношење одлука као и руковођење и управљање у свом сектору.

Циљеви студијског програма

Циљ студијског програма је постизање компетенција и академских вештина из области маркетинга. Другим речима, иза дипломе коју ће добијати студенти након испуњених обавеза током четири године студија, нужно ће стајати способност критичног размишљања, доношења маркетинг одлука у разним пословним ситуацијама, искуство у тимском раду и осећај за решавање проблема шире друштвене заједнице. Циљ студијског програма је да се образује стручњак који поседује адекватна знања из основних маркетинг дисциплина: принципа маркетинга, маркетинг истраживања, понашања потрошача, маркетинга услуга, маркетинг комуникација, психологија продаје и др. Стицање адекватних знања без могућности њихове примене, макар у симулираним условима, не би имало свој пуни смисао. Зато је један од посебно битних циљева давање могућности свим студентима да у симулираним условима стварне пословне праксе у оквиру студија случаја или посебно припремљених тематских радова на актуелне теме из области маркетинга, пред својим колегама и руководећим тимом образлажу своја виђења решења проблема у датој области. Конципирани студијски програм има циљ да формира академско образоване дипломиране економисте (студирањем у трајању од четири године основних академских студија првог степена) за рад на одређеним организационим, менаџерским и управљачким функцијама.

Компетенције дипломираних студената

Дипломирани економисти образовани у оквиру студијског програма Маркетинг могу бити запослени у најразличитијим производним и друштвеним делатностима, при чему могу учествовати у процесима анализе, планирања, формулисања стратегија развоја, припреме и доношења одлука, управљању и руковођењу. Дипломирани студенти основних академских студија, студијског програма Маркетинг ће бити компетентни да решавају реалне проблеме из праксе као и да наставе школовање. Компетенције укључују, пре свега, развој способности критичног мишљења, способности анализе проблема, синтезе решења, предвиђање исхода одабраног решења са јасном представом шта су позитивне, а шта негативне стране истог. Када је реч о специфичним способностима, студенти стичу темељно познавање и разумевање дисциплина одговарајућег студијског програма, као и способност решавања конкретних проблема уз употребу научних метода и поступака. Оно што се свакако очекује од дипломираних студента је да буду способни да на одговарајући начин напишу и презентују резултате свог рада. При томе, компетентност у коришћењу информационо-комуникационих технологија се не доводи у питање и представља важан део укупног студијског програма обуке. Дипломирани студенти овог нивоа студија ће поседовати компетенцију за примену знања у пракси и праћење и примену новина у струци, као и за сарадњу са локалним и међународним окружењем. Студенти ће бити оспособљени да пројектују адекватну организацију маркетинг активности, као и да осмишљавају и реализују маркетинг стратегије. Током школовања студент стиче способност да самостално врши статистичке обраде резултата, као и да формулише и донесе одговарајуће закључке квалитативног карактера, те на основу тога да самостално доноси економске одлуке из области своје специјализације. Исход студирања је стицање звања академско образованих дипломираних економиста основних академских студија првог степена; свршени студенти су оспособљени за рад на одређеним организационим, менаџерским и управљачким функцијама у привредној области која означава њихову специјализацију.

Студијски програм основних академских студија: **Маркетинг**
 Шифра студијског програма: ОАС-МА

Квалификација: дипломирани економиста, маркетинг

Шифра	Назив предмета	Семестар	Фонд часова предавања+вежбе		ЕСПБ бодови
1. година					
ОАС-127	Макроекономија	1	3+2		8
ОАС-146	Микроэкономија	1	3+2		8
ОАС-133	Математика за економисте	1	3+3		8
ОАС-120	Информационе технологије	1	2+3		6
ОАС-171	Рачуноводство	2		3+2	8
ОАС-114	Економика предузећа	2		2+2	6
	Предмет изборног блока 1	2		2+2	6
ОАС-161	Принципи маркетинга	2		2+2	6
	Страни језик I	1 и 2	1+1	1+1	4
			12+11	10+9	
	Укупно:		630		60
2. година					
ОАС-161	Принципи менаџмента	3	2+2		6
ОАС-176	Статистика	3	3+2		8
ОАС-159	Привредни систем и економска политика	3	3+2		8
ОАС-186	Финансије	3	3+2		8
ОАС-180	Теорија организације	4		2+2	6
	Предмет изборног блока 2	3 или 4		2+2	6
ОАС-128	Маркетинг истраживање	4		2+2	6
ОАС-154	Понашање потрошача	4		2+2	6
	Страни језик II	3 и 4	1+1	1+1	4
ОАС-197	Спорт и физичко васпитање	4		0+2	2
			12+9	9+11	
	Укупно:		615		60
3. година					
ОАС-135	Међународна економија	5	3+2		6
ОАС-126	Канали маркетинга	5	2+2		6
ОАС-157	Пословне финансије	5	2+2		6
ОАС-153	Политичка економија	5	2+2		6
	Предмет изборног блока 3а	6		2+3	6
ОАС-202	Менаџмент производа	6		3+2	8
ОАС-132	Маркетинг услуга	6		3+2	8
	Предмет изборног блока 3б	6		3+3	8
	Предмет изборног блока 3б	5 или 6		3+2	6
			9+8	14+12	
	Укупно:		645		60
4. година					
ОАС-425	Квантитативни методи у економији и менаџменту	7	2+3		8
ОАС-459	Пословна анализа	7	3+3		8
ОАС-461	Пословни маркетинг	7	3+3		8
	Предмет изборног блока 4	7 или 8	2+3		6
ОАС-478	Стратегијски менаџмент	8		3+3	8
ОАС-431	Маркетинг менаџмент	8		3+3	8
ОАС-440	Менаџмент продаје	8		3+3	8
ОАС-455	Израда и одбрана дипломског рада	8			6
			10+12	9+9	
	Укупно:		600		60
СВЕГА НА ЧЕТВОРОГОДИШЊИМ ОСНОВНИМ СТУДИЈАМА					240

Студијски програм основних академских студија: **Маркетинг**

Изборна настава на студијском програму

Шифра	Назив предмета	Семестар	Фонд часова предавања+вежбе	ЕСПБ бодови	
Предмети изборног блока1 (бира се 1 од 2)					
ОАС-174	Социологија	2	2+2	6	
ОАС-185	Филозофија	2	2+2	6	
Страни језик 1 (бира се 1 од 4)					
ОАС-189	Енглески 1	1 и 2	1+1	1+1	4
ОАС-191	Немачки 1	1 и 2	1+1	1+1	4
ОАС-193	Руски 1	1 и 2	1+1	1+1	4
ОАС-195	Француски 1	1 и 2	1+1	1+1	4
Предмети изборног блока2 (бира се 1 од 5)					
ОАС-103	Банкарство	4	2+2	6	
ОАС-107	Економетрија	4	2+2	6	
ОАС-198	Менаџмент људских ресурса	4	2+2	6	
ОАС-204	Пословна статистика	4	2+3	8	
ОАС-160	Пословно право	3	2+2	6	
Страни језик 2 (бира се 1 од 4)					
ОАС-190	Енглески 2	3 и 4	1+1	1+1	4
ОАС-192	Немачки 2	3 и 4	1+1	1+1	4
ОАС-194	Руски 2	3 и 4	1+1	1+1	4
ОАС-196	Француски 2	3 и 4	1+1	1+1	4
Предмети изборног блока3а (бира се 1 од 2)					
ОАС-199	Електронско управљање односима с купцима	6	2+3	6	
ОАС-122	Информациони системи у маркетингу	6	2+3	6	
Предмети изборног блока3б (бира се 2 од прва 3+ семинарски рад по решењу)					
ОАС-129	Маркетинг комуникације	6	3+2	8	
ОАС-203	Пословна логистика	6	3+3	8	
ОАС-168	Психологија продаје	5	3+2	6	
ОАС-355	Завршни-семинарски рад (остали часови 30)	5 или 6		2	
Предмети изборног блока4 (бира се 1 од 3)					
ОАС-432	Маркетинг у агробизнису	8	2+3	6	
ОАС-455	Организационо понашање	7	3+3	8	
ОАС-493	Пројектни менаџмент	7	2+3	8	

Напомена: Комбиновањем изборних предмета студент може стећи више од прописаног укупног броја ЕСПБ бодова (најмање 240).