

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ ОСНОВНИХ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА МАРКЕТИНГ

Сврха студијског програма

Сврха студијског програма је образовање студената 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 задатцима 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 првог степена у четворогодишњем трајању стекну звање дипломираног економисте, са знањем 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 добити наши 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, психологије 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 наставничким тимом образлажу своја виђења решења проблема у датој области.

Конципирани студијски програм има двојак циљ, с једне стране да формира академски образоване дипломиране економисте (студирањем у трајању од четири године основних академских студија првог степена) за рад на одређеним организационим, менаџерским и управљачким функцијама, а исто тако и школовање економиста оспособљених за вршење стручних радних задатака у овој области економије, менаџмента и бизниса.

Компетенције дипломираних студената

Менаџери 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.

Свршени 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 маркетинг студијског програма, односно модула, као и способност решавања конкретних проблема уз употребу научних метода и поступака. Оно што се свакако очекује од свршених 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.

Свршени 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. Школовањем економиста датог усмерења студенти се оспособљавају за вршење аналитичких и стручних радних задатака у овој области менаџмента и бизниса.

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ ОСНОВНИХ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА МАРКЕТИНГ

Шифра ОС-МА

Квалификација: дипломирани економиста

Распоред предмета по семестрима и годинама студија

Рбр	Шифра	Назив предмета	Семес- тар	Тип	Статус пред- мета	Часови активне наставе недељно			Остали часови	ЕСПБ
						П	В	ДОН		
ПРВА ГОДИНА										
1	ОС-104	Макроекономија	1	ТМ	ОЗ	3	2			8
2	ОС-106	Микроэкономија	1	ТМ	ОЗ	3	2			8
3	ОС-105	Математика за економисте	1	НС	ОЗ	4	3			8
4	ОС-102	Информационе технологије	1	АО	ОЗ	2	3			6
5	ОС-111	Рачуноводство	2	НС	ОЗ	3	2			8
6	ОС-101	Економика предузећа	2	НС	ОЗ	2	2			6
7	ИБ1а	Предмет изборног блока 1а	2	АО	ИЗ	2	2			6
8	ОС-109	Принципи маркетинга	2	СА	ОС	2	2			6
9	ИБ1б	Предмет изборног блока 1б	1 и 2	АО	ИЗ	1	1			4
		Укупно часова активне наставе/ЕСПБ на години студија				345	300		645	60
ДРУГА ГОДИНА										
1	ОС-213	Принципи менаџмента	3	НС	ОЗ	2	2			6
2	ОС-216	Статистика	3	НС	ОЗ	3	3			8
3	ОС-212	Привредни систем и економска политика	3	ТМ	ОЗ	3	2			8
4	ОС-221	Финансије	3	НС	ОЗ	3	2			8
5	ОС-208	Маркетинг истраживање	4	СА	ОС	2	2			6
6	ОС-202	Банкарство	4	НС	ОЗ	2	2			6
7	ИБ2а	Предмет изборног блока 2а	4	СА	ИС	2	2			6
8	ОС-210	Менаџмент производа	4	СА	ОС	2	2			6
9	ИБ2б	Предмет изборног блока 2б	3 и 4	АО	ИЗ	1	1			4
10	ИБ2в	Предмет изборног блока 2в	4	АО	ИЗ	1	2			2
		Укупно часова активне наставе/ЕСПБ на години студија				330	315		645	60

ТРЕЋА ГОДИНА										
1	ОС-311	Међународна економија	5	НС	ОЗ	3	2			6
2	ОС-323	Пословно право	5	НС	ОЗ	3	2			8
3	ОС-321	Пословне финансије	5	НС	ОЗ	3	2			8
4	ОС-318	Политичка економија	5	АО	ОЗ	2	2			6
5	ОС-332	Теорија организације	6	ТМ	ОЗ	3	2			8
6	ОС-319	Понашање потрошача	6	СА	ОС	2	3			6
7	ОС-310	Маркетинг услуга	6	НС	ОЗ	2	2			6
8	ИБЗ/1	Предмет изборног блока 3/1	5 или 6	СА	ИС	2	2			6
9	ИБЗ/2	Предмет изборног блока 3/2	6	СА	ИС	2	2			6
10	СП	Стручна пракса студената (необавезан)							80	0
		Укупно часова активне наставе/ЕСПБ на години студија				330	285		615	60
ЧЕТВРТА ГОДИНА										
1	ОС-409	Квантитативни методи у економији	7	НС	ОЗ	4	4			8
2	ОС-401	Анализа финансијских извештаја	7	ТМ	ОЗ	3	3			8
3	ОС-412	Маркетинг комуникације	7	НС	ОС	2	2			6
4	ОС-407	Електронско пословање	8	СА	ОЗ	3	3			6
5	ОС-413	Маркетинг менаџмент	8	НС	ОС	2	2			6
6	ИБ4а	Предмет изборног блока 4а	8	НС	ИС	2	2			6
7	ОС-432	Стратегијски менаџмент	7	ТМ	ОЗ	3	3			8
8	ИБ4б	Предмет изборног блока 4б	8	СА	ИС	2	2			6
9	ОС-455	Израда и одбрана дипломског рада	8	НС	ИС					6
		Укупно часова активне наставе/ЕСПБ на години студија				315	315		630	60
		Укупно часова активне наставе/ЕСПБ у свим годинама студија				1320	1215		2535	240

Изборна настава на студијском програму

Предмети изборног блока 1а										
1	ОС-112	Социологија	2	АО	ИЗ	2	2			6
2	ОС-113	Филозофија	2	АО	ИЗ	2	2			6
Предмети изборног блока 1б (Страни језик 1)										
1	ОС-141	Енглески 1	1 и 2	АО	И	2	2			4
2	ОС-142	Немачки 1	1 и 2	АО	И	2	2			4
3	ОС-143	Руски 1	1 и 2	АО	И	2	2			4
4	ОС-144	Француски 1	1 и 2	АО	И	2	2			4
Предмети изборног блока 2а										
1	ОС-209	Менаџмент људских ресурса	4	СА	И	2	2			6
2	ОС-204	Економија рада ЕУ	4	СА	И	2	2			6
Предмети изборног блока 2б (Страни језик 2)										
1	ОС-241	Енглески 2	3 и 4	АО	И	2	2			4
2	ОС-242	Немачки 2	3 и 4	АО	И	2	2			4
3	ОС-243	Руски 2	3 и 4	АО	И	2	2			4
4	ОС-244	Француски 2	3 и 4	АО	И	2	2			4
Предмети изборног блока 2в (Спорт и физичко васпитање)										
1	ОС-233	Колективни спортови	4	АО	ИЗ	1	2			2
2	ОС-232	Индивидуални спортови	4	АО	ИЗ	1	2			2
3	ОС-231	Активности у природи	4	АО	ИЗ	1	2			2
Предмети изборног блока 3										
1	ОС-206	Канали маркетинга	5	СА	ИС	2	2			6
2	ОС-308	Маркетинг у агробизнису	6	СА	ИС	2	2			6
3	ОС-320	Пословна логистика	6	СА	ИС	2	2			6
Предмети изборног блока 4а										
1	ОС-309	Маркетинг у банкарству	8	НС	ИС	2	2			6
2	ОС-207	Маркетинг и менаџмент трговинских компанија	8	НС	ИС	2	2			6
Предмети изборног блока 4б										
1	ОС-403	Дизајн производа	8	СА	ИС	2	2			6
2	ОС-426	Психологија продаје	8	СА	ИС	2	2			6

АО: академско општеобразовни предмет

ТМ: теоријско методолошки предмет

НС: научно стручни предмет

СА: стручно апликативни предмет

ОЗ: обавезни заједнички свих програма

ОС: обавезни предмет на програму

ИЗ: изборни из заједничког блока

ИС: изборни блок програма