

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ МАСТЕР АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА МАРКЕТИНГ

Сврха студијског програма

Сврха студијског програма је образовање стручњака за професију дипломирани студент дипломских академских – мастер студија Маркетинг у складу са потребама друштва.

Студијски програм је конципиран тако да обезбеђује стицање компетенција у области маркетинг управљања у предузећима привредног и ванпривредног сектора, које су друштвено оправдане и корисне. Економски факултет Суботица је дефинисао дипломске задатке и циљеве ради образовања високо компетентних кадрова из области маркетинга. Сврха студијског програма Маркетинг је у потпуности у складу са мастер задацима и циљевима Факултета.

Посебан значај реализације овако конципираног студијског програма налази се у школовању дипломираних – мастер студената, академских мастер студија који поседују компетентност у европским оквирима.

Циљеви студијског програма

Циљ студијског програма је постизање компетенција и академских вештина из области економије у домену маркетинга. Оне укључују развој креативних способности разматрања проблема и способност критичког мишљења, унапређење способности за тимски рад и овладавање специфичним практичним вештинама потребним за обављање ове професије.

Циљ студијског програма је едукација стручњака – експерата који ће поседовати довољно продубљеног знања из економије примењеног на област маркетинга.

Један од посебних циљева, који је у складу са циљевима образовања стручњака на Економском факултету Суботица је развијање свести код студената за потребом перманентног образовања, life long learning, развој друштва у целини и заштите животне средине. Циљ студијског програма је такође и продубљавање знања маркетинг стручњака у домену тимског рада, као и даљи развој способности за саопштавање и излагање својих резултата стручној и широј јавности.

Компетенције дипломираних студената

Дипломирани студенти – мастер економисти – мастер академских студија Маркетинг су компетентни да решавају реалне проблеме у пракси као и да наставе школовање. Компетенције укључују, пре свега, развој способности критичног мишљења, способности анализе проблема, синтезе решења као и предвиђања исхода одабраног решења (доношења одлука) са свим његовим позитивним и негативним последицама.

Поред тога компетентност мастер економиста, маркетинг огледаће се и у њиховој могућности праћења нових тенденција у области маркетинга односно стручне литературе на српском, мађарском и енглеском језику.

Компетентност коју ће поседовати омогућиће њихово упошљавање на позиције руководиоца маркетинга у привредним и ванпривредним организацијама.

Мастер економисти, маркетинг, биће способни да на одговарајући начин напишу и презентују резултате свог рада. Стручна оспособљеност у коришћењу информационо-комуникационих технологија се подразумева као један од незаобилазних стандарда образовања студената на нивоу мастер студија.

Посебан квалитет у образовању мастер економиста, маркетинг, биће њихова оспособљеност за тимски рад и примену високих стандарда професионалне етике у домену пословања предузећа и институција.

СТУДИЈСКИ ПРОГРАМ МАСТЕР АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА МАРКЕТИНГ

Шифра МС-МА

Квалификација: мастер економиста

Распоред предмета

Р.бр.	Шифра	Назив предмета	Семестар	Статус предмета	Часови активне наставе недељно				Остали часови	ЕСПБ
					П	В	СИР	ДОН		
ПРВА ГОДИНА										
1	МС-521	Методологија научно истраживачког рада	1	ОЗ	3	0				6
2	МС-530	Пословно преговарање	1	ОС	2	3				8
3	МС-504	Глобални маркетинг	1	ОС	3	2				8
4	ИБ5/1	Предмет изборног блока 5/1	1 или 2	И	2	2				6
5	МС-518	Менаџмент продаје	2	ОС	3	2				8
6	ИБ5/2	Предмет изборног блока 5/2	1 или 2	И	2	2				6
7	МС-550	Студијски истраживачки рад на основама мастер рада	1 и 2	ИС			210			6
8	МС-555	Израда и одбрана мастер рада	2	ИС						12
Укупно часова активне наставе/ЕСПБ на години студија					225	165	210		600	60

Изборна настава на студијском програму

Р.бр.	Шифра	Назив предмета	Семестар	Статус предмета	Часови активне наставе недељно				Остали часови	ЕСПБ
					П	В	СИР	ДОН		
Предмети изборног блока 5										
1	МС-505	Директни маркетинг	2	ИС	3	2				8
2	МС- 529	Пословни маркетинг	1	ИС	2	2				6
3	МС-520	Методе и технике анализе пословних података	2	ИЗ	2	3				8
4	МС-531	Предвиђање и прогностика	2	ИК	2	2				6

ИС: изборни стручни предмет студијског програма

ИЗ: изборни предмет од обавезних предмета других програма

ИК: изборни предмет из групе квантитативних предмета