

PROGRAM SPECIJALISTIČKOG DIPLOMSKOG STRUČNOG STUDIJA

UVJETI UPISA NA STUDIJ

Završen preddiplomski studij s ostvarenih najmanje 180 ECTS bodova ili viša stručna sprema izjednačena sa stručnim nazivom prvostupnik/ca.

TRAJANJE STUDIJA

Trajanje studija je 4 semestra (2 godine).

UKUPAN BROJ ECTS BODOVA

Ukupan broj ECTS bodova je 120.

AKADEMSKI/STRUČNI NAZIV

Završetkom studija stječe se stručni naziv Stručni/a specijalist/ica marketinga i komunikacija (struč.spec.oec.).

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MARKETINGA I KOMUNIKACIJA

1. godina studija

SEMESTAR: I

UPRAVLJANJE DIGITALNIM KAMPANJAMA
MARKETING MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA
MEĐUNARODNO POSLOVANJE
EKONOMIKA EU
JAVNI NASTUPI (medijski trening)

SEMESTAR: II

STRATEGIJE MARKETINGA
INTEGRIRANO MARKETINŠKO KOMUNICIRANJE
ISTRAŽIVAČKE METODE U MARKETINGU I KOMUNIKACIJAMA
UPRAVLJANJE PRODAJOM
IZBORNI KOLEGIJ 1
IZBORNI KOLEGIJ 2

OPIS STUDIJSKOG PROGRAMA

Specijalistički diplomski stručni studij marketinga i komunikacija strukturiran je semestralno i ustrojava se u četiri semestra, odnosno dvije godine studija.

Studij je sadržajno strukturiran kroz obvezne i izborne sadržaje, odnosno obvezne i izborne predmete. Studijski program sastoji se od 14 obvezatnih i 10 izbornih kolegija praktikuma i izrade diplomskog rada. Obvezni predmeti predstavljaju nužna znanja koja uvode studenta u znanstveno odnosno stručno područje marketinga i komunikacija, usmjeravaju ga k upravljanju i stvaraju osnovu za stvaranje globalne vizije marketinške i komunikacijske strategije. Obvezni kolegiji čine 52 % opterećenja studenta mjereno kroz ECTS bodove.

Prvi semestar studija sastoji se isključivo od obveznih kolegija koji daju temeljna znanja iz studijskog područja, a nadograđuju se i kroz obvezne kolegije drugog semestra studija koji daju okvir specijalističkim kompetencijama. Također, student u drugom semestru izabire dva izborna predmeta. U trećem i četvrtom semestru studija student bira po dva izborna predmeta, s tim da je održavanje logičke strukture programa (usmjerenje od temeljnog ka specijalističkom) osigurano kroz preduvjete

PROGRAM SPECIJALISTIČKOG DIPLOMSKOG STRUČNOG STUDIJA

2. godina studija

SEMESTAR: III

UPRAVLJANJE MARKAMA - BRENDING
ODNOSI S KLIJENTIMA I UPRAVLJANJE KVALITETOM
INTERAKTIVNI MARKETINŠKI ALATI
STRATEGIJE UPRAVLJANJA ODNOSIMA S JAVNOŠĆU
IZBORNI KOLEGIJ 3
IZBORNI KOLEGIJ 4

SEMESTAR: IV

METODE ISTRAŽIVANJA I ZNANSTVENOG RADA
IZBORNI KOLEGIJ 5
IZBORNI KOLEGIJ 6
PRAKTIKUM
DIPLOMSKI RAD

POPIS IZBORNIH PREDMETA

UPRAVLJANJE ODNOSIMA S MEDIJIMA
POSLOVNA LOGISTIKA
POLITIČKI MARKETING I KOMUNIKACIJE
DIGITALNI MEDIJI
UPRAVLJANJE DIZAJNOM I INOVACIJAMA
POSLOVNO KOMUNICIRANJE I PROTOKOL
POSLOVNA SIGURNOST
DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE
MARKETING U TURIZMU
ETIKA U DIGITALNOJ KOMUNIKACIJI
PONAŠANJE TRŽIŠTA I POTROŠAČA

za upis pojedinih kolegija. Studentu se kroz obvezne kolegije u trećem semestru studija naglasak stavlja na stjecanje specijalističkih kompetencija, a u četvrtom semestru studija osposobljava ga se za samostalan istraživački i znanstveni rad, upućuje ga se na praktikum koji osigurava relevantnost stečenih kompetencija i provjerava ishode učenje programa u praksi već tijekom njegova izvođenja. Zaključno student u četvrtom semestru studija, uz mentorstvo nastavnika VPŠZ-a piše diplomski rad čijom obranom završava studij. Uvjeti upisa studenta u višu godinu studija su:

- potpis nastavnika svih predmeta studijskog programa prethodne godine studija,
- položeni ispiti s ukupno ostvarenih 48 ECTS bodova u prethodnoj akademskoj godini.

ZAVRŠETAK STUDIJA

Studij završava polaganjem svih ispita, izvršenjem ostalih obveza, te izradom i obranom diplomskog rada. Diplomskim radom student pokazuje da je sposoban primijeniti stečena znanja i vještine na razini ishoda učenja odnosno stručnog zvanja koje stječe. Opterećenje diplomskog rada iznosi 14 ECTS bodova, odnosno studentu je potrebno 400 sati samostalnog i mentorskog rada za njegovu izradu.