



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet



Menadžment i Marketing Maloprodaje

Studijski program specijalističkog diplomskog stručnog studija zajednički organiziraju:

Katedra za trgovinu i međunarodno poslovanje i

Katedra za marketing



O studiju

- Trajanje studija: 2 akademske godine (4 semestra)
- ECTS bodova: 120
- Status studenata: redovni i izvanredni
- Puni akademski naziv: stručni specijalist menadžmenta i marketinga maloprodaje, odnosno, stručna specijalistica menadžmenta i marketinga maloprodaje

Svrha	Pružiti nova znanja o upravljanju marketingom, maloprodajnim operacijama i tehnologijama.
Zahtjevi tržišta	Na tržištu je sve veća raznolikost ponude roba i usluga, jača pritisak na kvalitetu, troškove i cijene. Istodobno raste složenost opskrbe, traže se inovacije u formatima prodavaonica, sofisticiraju se tehnike komunikacije i praćenja ponašanja kupaca, uvodi se omnikanalna prodaja, izražena je internacionalizacija, a na snazi su politike održivosti i zaštite potrošača. Veliki su zahtjevi, stoga studijski program pruža višu razinu različitih specijaliziranih znanja i vještina potrebnih za suvremeni maloprodajni menadžment.
Cilj studija	Kod polaznika razviti specijalizirane kompetencije potrebne za savladavanje budućih marketinških i upravljačkih izazova u maloprodaji te postizanje vrhunskih rezultata u ovom poslovnom području.

1. GODINA STUDIJA

Semestar	Kolegij	Broj sati	ECTS
I. (zimski)	Maloprodajni oblici i strategije rasta	60	6
	Upravljanje asortimanom u maloprodaji	60	6
	Zalihe i odnosi s dobavljačima u lancima opskrbe	60	6
	Upravljanje lokacijom i izgledom prodavaonice	60	6
	Menadžment transporta i distribucije (izborni)	45	6
	Upravljanje kvalitetom usluga u maloprodaji (izborni)	45	6
II. (ljetni)	Formiranje cijena i profitabilnost maloprodaje	60	6
	Ponašanje potrošača i upravljanje odnosima s klijentima	60	6
	Upravljanje privatnom markom	60	6
	Internacionalizacija maloprodaje	60	6
	Održivi marketing i etika (izborni)	45	6
	Upravljanje ljudskim potencijalima u maloprodaji (izborni)	45	6

Neki kolegiji imaju obilježja e-učenja

2. GODINA STUDIJA

Semestar	Kolegiji	Broj sati	ECTS
III. (zimski)	Marketinška komunikacija u maloprodaji	45	6
	Inovacije u maloprodaji	60	6
	Maloprodajni marketinški kanali	45	6
	Zaštita potrošača u maloprodaji	60	6
	Upravljanje marketingom malih i srednjih poduzeća (izborni)	60	6
	Primjena operacijskih istraživanja u maloprodaji (izborni)	45	6
	Osnove europskog tržišnog prava (izborni)	60	6
IV. (ljetni)	Elektronička trgovina	45	6
	Društveno odgovorno upravljanje opskrbnim lancima u maloprodaji	45	6
	Poslovni projekt		3
	Stručna praksa		5
	Diplomski rad		10

Neki kolegiji imaju obilježja e-učenja