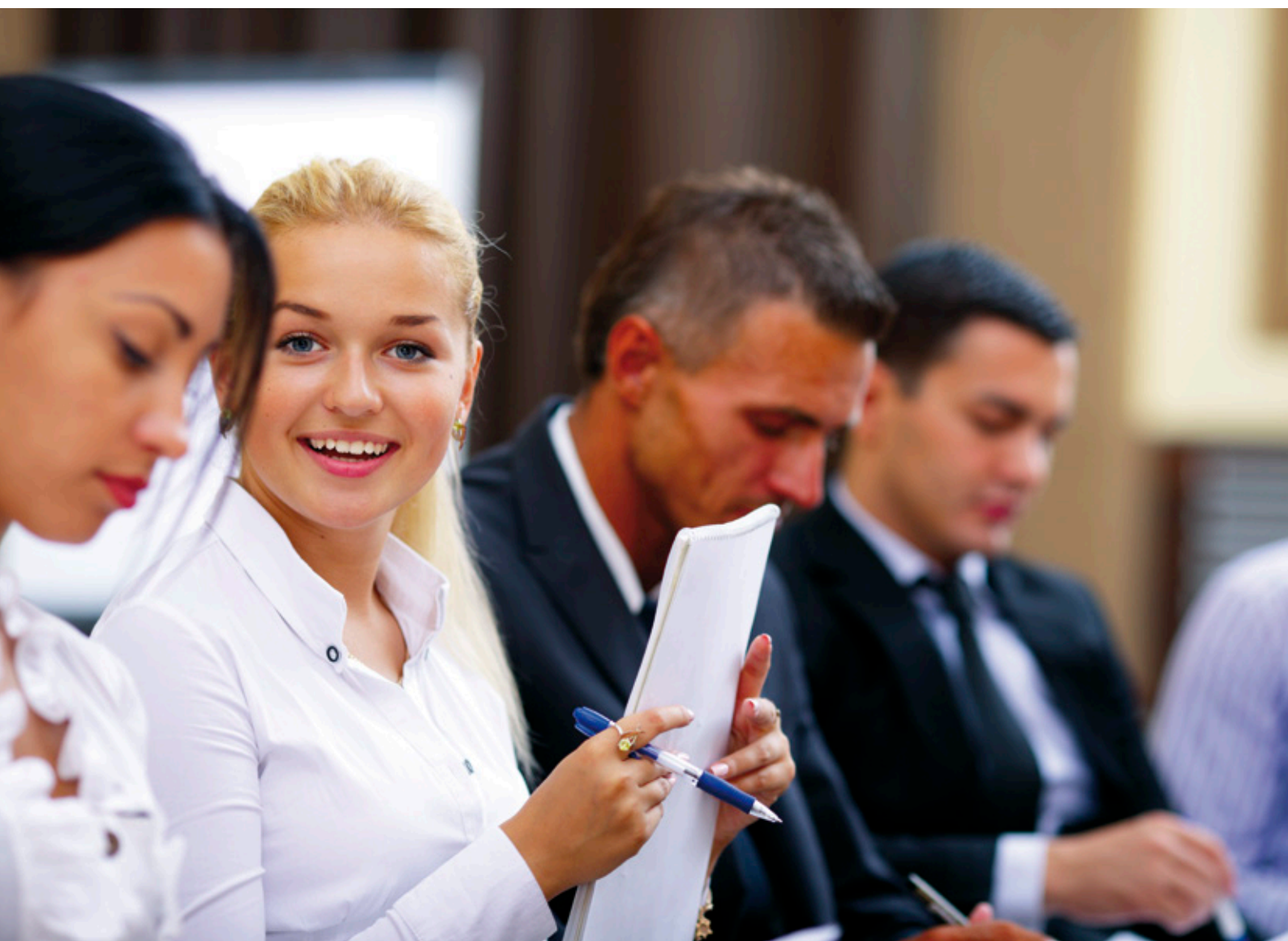




**MARKETINŠKI
MENADŽMENT**



SPECIJALISTIČKI POSLIJEDIPLOMSKI STUDIJ



EKONOMSKI FAKULTET
ZAGREB



www.efzg.unizg.hr/mm



LIDER U MARKETINŠKOJ EDUKACIJI



Poslijediplomski studij Marketinški menadžment prvi je izbor marketinških stručnjaka koji traže specijaliziranu marketinšku edukaciju u Hrvatskoj.

Od početka djelovanja 2006. godine, poslijediplomski studij Marketinški menadžment pohađalo je osam generacija polaznika koji rade na marketinškim pozicijama u brojnim domaćim i inozemnim poduzećima na hrvatskom tržištu. Odlične povratne informacije polaznika i njihove uspješne karijere poticaj su za kontinuirana unapređenja programa i praćenje trendova u struci. Time smo zauzeli vodeće mjesto u poslijediplomskoj edukaciji iz područja marketinga u Hrvatskoj.

Naša misija je podržati ispunjenje profesionalnih ambicija naših polaznika. To postižemo inovativnim obrazovnim procesom kojim naši polaznici stječu aktualna marketinška znanja i vještine, ali i razvijaju samopouzdanje u odlučivanju.

Kao sveučilišni studij iz područja poslovne ekonomije, naglašavamo važnost znanstvenih spoznaja kroz njihovu praktičnu primjenu u stvarnim poslovnim situacijama. Naši predavači su iskusni profesori s dugogodišnjim iskustvom u obrazovanju menadžera, a u svoje kolegije uključuju i brojne stručnjake iz prakse, koji su se dokazali svojim poslovnim rezultatima.



Marija Klaić, mag. oec. univ. spec. oec.
Opel Marketing Manager Hrvatska i BiH
Polaznica generacije 2010.

Poduzeća iz kojih dolaze naši polaznici:

- Atlantic Grupa
 - Bayer
 - Belupo
 - Dukat
 - Ernst & Young
 - Jadran - Galenski laboratorij
 - Konzum
 - L'Oreal
 - Međunarodna Zračna luka Zagreb
 - Opel Hrvatska
 - Podravka
 - Privredna banka Zagreb
 - Stanić Group
 - T-HT
 - Tele2
 - Tisak
 - VIPnet
 - Zagrebačka banka
- i brojna druga.

“Poslijediplomski studij Marketinški menadžment odabrala sam iz dva razloga. Prvi je moje odlično iskustvo s profesorima za vrijeme dodiplomskog studija poslovne ekonomije, zbog čega sam bila sigurna da će se moje marketinško obrazovanje nastaviti pod vodstvom izvrsnih predavača. Drugi razlog su brojne preporuke kolega iz struke koji su završili ovaj studij, što je dodatno potvrdilo moju odluku.”



GLOBALNI UZORI, LOKALNO ISKUSTVO



Program studija polaznicima pruža sve potrebno za upotpunjavanje njihovih marketinških znanja, vještina, talenta i ambicije te ih potiče na razmišljanje i pronalaženje najboljih rješenja u poslovanju.

Curriculum studija oblikovan je po uzoru na suvremene poslijediplomske studije i poslovne škole zapadnoeuropskih i američkih sveučilišta. Uz to, uvažili smo prijedloge vodećih marketinških menadžera u hrvatskim poduzećima, posebice u praktičnim pitanjima poslovanja.

Rezultat ovog pristupa su obvezni i izborni kolegiji koji svojim sadržajem pokrivaju sve aspekte suvremene marketinške prakse. Odabirom izbornih kolegija polaznici se mogu specijalizirati za područja marketinga koja su povezana s njihovim trenutnim radnim mjestom.

Osim ekonomistima, studij je namijenjen i neekonomistima koji rade na marketinškim pozicijama, a uz svoju osnovnu struku žele steći i specijalizaciju u marketingu.



Prednosti studija Marketinški menadžment:

- suvremeni program usklađen s Bolonjskom deklaracijom
- kompetentni i iskusni profesori i gosti predavači iz prakse
- sveučilišna diploma i mogućnost nastavka školovanja na doktorskom studiju
- nastava prilagođena poslovnim obvezama polaznika
- literatura na hrvatskom jeziku

“Nakon završenog diplomskog studija na Odjelu za komunikologiju i informatologiju Sveučilišta u Zadru, profesionalni put odveo me u food & beverage industriju. Zato sam tražio poslijediplomski studij koji će mi omogućiti stjecanje marketinških znanja, ali i njihovu primjenu u svakodnevnom poslovanju. Poslijediplomski studij Marketinški menadžment ispunio je moja očekivanja, zbog čega ga preporučujem svima koji žele karijeru u marketingu, bez obzira koji diplomski studij završili.”



Dino Martinović, dipl. tur. kom.
Brand Manager, Stanić Beverages d.o.o.
Polaznik generacije 2010.



PROFIL POLAZNIKA



Polaznici poslijediplomskog studija Marketinški menadžment su ekonomisti i neekonomisti zaposleni na različitim marketinškim pozicijama, koji žele napredovati u karijeri te ostati konkurentni u svojoj struci.



27

prosječna
dob
polaznika

Prosječna ocjena zadovoljstva studijem:



Kome je studij namijenjen?

- direktorima marketinga / CMO
- upraviteljima proizvodom (product managerima)
- upraviteljima markama (brand managerima)
- upraviteljima marketinškom komunikacijom
- direktorima prodaje i distribucije
- upraviteljima cijenama
- voditeljima marketinških projekata



Dalibor Kezele, mag. oec.
Predsjednik Uprave Podravka – Lagris, a. s., Češka
Polaznik generacije 2014.

“PDS Marketinški menadžment odabrao sam kao prirodni nastavak svog profesionalnog razvoja i školovanja na Ekonomskom fakultetu - Zagreb. Diplomirao sam marketing, a poslovnu karijeru započeo na pozicijama product i brand managera, te je nastavio kao direktor marketinga i kasnije kao direktor poduzeća na inozemnim tržištima. Novi trendovi u razvoju marketinške funkcije izvrsno su obuhvaćeni programom PDS-a Marketinški menadžment i uz naše izvrsne profesore i predavače zadovoljstvo je pohadati ovaj poslijediplomski studij koji bih rado preporučio i ostalim kolegama.”



Jadranka Aleksić, dipl. ing. agr.
Area Business Manager, Bayer CropScience
Polaznica generacije 2009.

“Zaposlena sam u odjelu prodaje međunarodnog poduzeća Bayer, gdje često ističemo inovaciju u svemu što donosimo krajnjem korisniku. Profesionalan i multidisciplinarni pristup u poslovanju okosnica je na kojoj sam željela bazirati buduću karijeru, a odluku da svoju ambiciju pretvorim u stvarnost potvrdila sam upisom studija Marketinški menadžment. Zahvaljujući ekspertizi i susretljivosti svih predavača te novim poznanstvima i prijateljstvima s kolegama različitih zvanja i struka, ne dvojim ni trena u svoju odluku.”



UVIJEK UZ NAŠ ALUMNI



Odabirom našeg studija postajete dio marketinške alumni zajednice. Naši polaznici čine najveći marketinški alumni u Hrvatskoj. I nakon završetka studija, polaznicima pružamo marketinšku inspiraciju, kontinuirano usavršavanje i networking, organizirajući Alumni Afterwork susrete.

Alumni Afterwork PDS-a Marketinški menadžment mjesto je okupljanja marketinških stručnjaka, koji traže inspiraciju za izvrsnost u svom poslovanju te kontinuiranu edukaciju. U sklopu Alumni Afterworka organiziramo predavanja vrhunskih marketinških menadžera, radionice za polaznike studija i predavanja o specifičnim područjima marketinga te novim trendovima.

Na Alumni Afterwork susretu održanom u svibnju 2014. godine ugostili smo gosp. Scotta Neumana, direktora marketinga IBM-a za Središnju i Istočnu Europu. Gosp. Neuman održao je motivacijsko predavanje na temu “The Future of Marketing”, prezentirajući kako nove tehnologije u marketingu istovremeno osnažuju potrošače i marketinške menadžere.



Scott Neuman, direktor marketinga IBM-a za CEE govori o budućnosti marketinga na Alumni Afterwork susretu u svibnju 2014. godine



Željko Kukurin, predsjednik Uprave Istraturist d.d., **Tomislav Popović**, predsjednik Uprave Maistra d.d. i **Vatroslav Škare**, tajnik Studija na panelu “Licem u lice” na Alumni Afterwork susretu u studenom 2014. godine.

Drugi Alumni Afterwork održan u studenom 2014., licem u lice je ugostio dva vrhunska menadžera hrvatske poslovne prakse - Željka Kukurina, predsjednika Uprave Istraturist d.d. i Tomislava Popovića, predsjednika Uprave Maistra d.d. Gosp. Kukurin i gosp. Popović odgovarali su na pitanja tajnika studija doc. dr. sc. Vatroslava Škare o svojim poslovnim

iskustvima i potezima, razvoju karijera te novim trendovima s naglaskom na područje marketinga u turizmu. Izazvali su veliko zanimanje i zadovoljstvo publike, odgovarajući na specifična pitanja o suradnji turističkih poduzeća i destinacija, upravljanju markama, turističkim tržištima te važnosti edukacije iz područja marketinga.



PROGRAM ZA SVAKI MARKETINŠKI IZAZOV



Barbara Pejnović, mr. pharm. univ spec. oec.
Direktorica marketinga, Belupo d.d.
Polaznica generacije 2009.

“Kada razmišljate o izboru poslijediplomskog studija, najčešće odlučujete na temelju kolegija i programa studija. Moja iskustva na studiju Marketinški menadžment više su nego odlična i to zahvaljujući raznovrsnosti kolegija, profesorima s iskustvom i predanošću poslu te srdačnim polaznicima.”

NASTAVNI PLAN

EKONOMSKI KOLEGIJI (razlikovni kolegiji)	Nositelji/sunositelji/izvođači	Broj sati	Bodovi
1. Makroekonomija	prof. dr. sc. Zoran Kovačević	25	0
2. Mikroekonomija	prof. dr. sc. Boris Sisek	25	0
STRUČNI KOLEGIJI (razlikovni kolegiji)			
3. Marketing	prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	25	0
4. Ponašanje potrošača	izv. prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh	25	0
I. OBVEZNI KOLEGIJI (treba položiti 4 od 4)			
1. Strateška tržišna istraživanja	prof. dr. sc. Darko Prebežac	30	6
2. Oblikovanje marketinške strategije	prof. dr. sc. Jurica Pavičić	30	6
3. Menadžment međunarodnog marketinga	professor emeritus Jozo Previšić doc. dr. sc. Zoran Krupka	30	6
4. Marketing i menadžment usluga	prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	30	6
			24
II. IZBORNI KOLEGIJI (treba položiti 5 od 10)			
5. Oblikovanje marketinških planova	doc. dr. sc. Zoran Krupka	20	4
6. Elektronički marketing	doc. dr. sc. Vatroslav Škare	20	4
7. Odrednice nacionalne konkurentnosti	prof. dr. sc. Ljubo Jurčić prof. dr. sc. Mladen Vedriš	20	4
8. Simulacije u marketingu	doc. dr. sc. Vatroslav Škare	20	4
9. Poslovno pregovaranje	prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin	20	4
10. Strategije proizvoda i marki	prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen	20	4
11. Strategije prodaje i distribucije	prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin	20	4
12. Strategije i politike cijena	prof. dr. sc. Darko Prebežac	20	4
13. Strategije marketinške komunikacije	prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić professor emeritus Tanja Kesić	20	4
14. Marketing odnosa i suradnje s kupcima i klijentima	izv. prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Ćorić	20	4
			20
III. PISANI RAD			
Pisani rad (analiza slučaja/seminarski rad)			4
IV. SPECIJALISTIČKI POSLIJEDIPLOMSKI RAD			
			12
UKUPNO			60



KOLEGIJI



Strateška tržišna istraživanja

Polaznici stječu znanja koja omogućuju samostalnu izradu projekta istraživanja tržišta, usvajaju se spoznaje o vrstama i metodama istraživanja, izvorišta podataka, određivanju uzoraka te analiziranju i interpretiranju podataka.

Oblikovanje marketinške strategije

Marketinška strategija, od analize do odabira ciljeva, aktivnosti i akcija jedan je od uvjeta uspješnog poslovanja. Polaznike se upoznaje s konceptima, spoznajama i alatima za oblikovanje, primjenu i kontrolu marketinške strategije, uz korištenje primjera iz prakse.

Menadžment međunarodnog marketinga

Svrha kolegija je usvajanje znanja o problematici izbora inozemnih tržišta, planiranju i provedbi marketinških programa za internacionalizaciju poslovanja te koordinaciji i kontroli marketinških aktivnosti na većem broju različitih tržišta.

Marketing i menadžment usluga

Kolegij nudi znanja o specifičnostima marketinga i menadžmenta uslužnih poduzeća, načinu oblikovanja usluga i upravljanja kvalitetom usluga te razvija sposobnosti planiranja i primjene marketinških strategija u uslužnim poduzećima.

Oblikovanje marketinških planova

Polaznici kolegija usvajaju temeljne principe učinkovitog strateškog i taktičkog marketinškog planiranja. Razrađuju se elementi marketinškoga plana, procesa pripremanja, implementacije, koordinacije i kontrole marketinških aktivnosti te potencijalni problemi i načini njihova rješavanja.

Elektronički marketing

Kolegij priprema polaznike za primjenu digitalnih tehnologija u postizanju marketinških ciljeva. Omogućuje razumijevanje nove uloge potrošača, važnosti digitalnih sadržaja i društvenih medija, s posebnim naglaskom na mobilne platforme.

Odrednice nacionalne konkurentnosti

Predmetom se usvajaju znanja o metodologiji mjerenja konkurentnosti države, izvorima konkurentnosti te načinima pravilnog usmjeravanja i uključivanja izvora konkurentnosti u strategiju razvoja države i poduzeća.

Simulacije u marketingu

Okosnicu kolegija čini simulacija marketinške strategije MARKSTRAT. Polaznici kolegija odlučuju o bitnim sastavnicama strategije marketinga, stječu znanja potrebna za pripremu i lansiranje novih proizvoda te poboljšanje ili povlačenje postojećih.

Poslovno pregovaranje

Znanja i vještine koje se usvajaju na ovom kolegiju pomažu u razvijanju komunikacijskih i pregovaračkih vještina, usmjeravanju aktivnosti pregovora, uklanjanju prepreka i poboljšanju poslovanja aktivnostima pregovaranja.

Strategije proizvoda i marki

Okosnicu ovog kolegija čini usvajanje temeljnih vještina o upravljanju asortimanom proizvoda i marki, znanja o njihovom pozicioniranju kao i koncepti koji se odnose na internacionalizaciju marki.

Strategije prodaje i distribucije

Važan zadatak marketinških menadžera je planiranje i upravljanje prodajnim poslovima. Okosnica ovog kolegija su načini odabira, educiranja i upravljanja prodajnim osobljem, organizacija prodajnih poslova, trendovi u razvoju i upravljanju kanalima distribucije.

Strategije i politike cijena

Ovim kolegijem stječu se znanja i vještine koji pomažu u procesu određivanja cijena. Izučavaju se čimbenici koji utječu na taj proces, ali i reakcije poduzeća na cjenovnu politiku konkurenata i opću situaciju na tržištu.

Strategije marketinške komunikacije

Razvojem tehnologije i medija raste važnost i potreba integracije svih elemenata marketinške komunikacije. Kolegij pruža znanja i vještine za upravljanje elementima i procesom marketinške komunikacije, određivanje budžeta te mjerenje i kontrolu učinaka.

Marketing odnosa i suradnje s kupcima i klijentima

Kolegijem se izučava proces personalizacije, upravljanje životnim ciklusom kupca i klijenta, mjerenje njihove vrijednosti i profitabilnosti što predstavlja temelj izgradnje strategije odnosa i suradnje s kupcima i klijentima.



TIM KOJI BRINE O VAMA



“Poslijediplomski studij doživljavamo kao Vaše ulaganje u profesionalni i osobni razvoj, koji će Vam pomoći u ostvarenju životnih ciljeva.”

Prof. dr. sc. Đurđana Ozretić Došen, Voditeljica studija

Redovita profesorica u trajnom zvanju na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositeljica je kolegija Marketing i menadžment usluga i Strategije marki i proizvoda. Istražuje i proučava područja marketinga usluga, politike proizvoda i marki, međunarodnog marketinga te imidža zemlje podrijetla proizvoda i proizvođača.



“Personalizirani pristup i pravovremena komunikacija s polaznicima naši su prioriteti u organizaciji aktivnosti na studiju. Vjerujemo da su detalji bitni.”

Doc. dr. sc. Zoran Krupka, tajnik studija

Docent na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositelj je kolegija Menadžment međunarodnog marketinga i Oblikovanje marketinških planova. Područja njegovog interesa su međunarodni marketing, upravljanje markom proizvoda, internacionalizacija poslovanja i marketinško planiranje.

“Biti polaznik našeg studija puno je više od slušanja predavanja. Brinemo da dobijete iskustvo poslovne škole te Vas inspiriramo kroz alumni susrete i nakon stjecanja diplome.”

Doc. dr. sc. Vatroslav Škare, tajnik studija

Docent na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositelj je kolegija Elektronički marketing i Simulacije u marketingu. Istražuje područja digitalnog marketinga, inovacija usluga i upravljanja markama.



Nositelji kolegija na PDS-u Marketinški menadžment priznati su znanstvenici u područjima svojih interesa. Usavršavali su znanja i stjecali iskustvo na poznatim sveučilištima diljem svijeta, na kojima danas predaju u svojstvu gostujućih predavača. Objavljaju radove u renomiranim međunarodnim časopisima, sudjeluju na međunarodnim znanstvenim skupovima te surađuju sa znanstvenicima iz inozemstva.

Professor emeritus Jozo Previšić

Professor emeritus na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Sunositelj je kolegija Menadžment međunarodnog marketinga, a uz međunarodni marketing, znanstveno i stručno istražuje i područje politike proizvoda i marki.

Prof. dr. sc. Jurica Pavičić

Redoviti profesor u trajnom zvanju na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositelj je kolegija Oblikovanje marketinške strategije. Istražuje područja strategije marketinga, marketinga neprofitnih organizacija i marketinga društvenih promjena.

Prof. dr. sc. Darko Prebežac

Redoviti profesor u trajnom zvanju na Katedri za turizam Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositelj je kolegija Strateška tržišna istraživanja i Strategije i politike cijena, a područje interesa su mu cijene u marketingu, zračni promet, zrakoplovne kompanije i zračne luke, prometna politika i poslovne strategije zrakoplovnih kompanija.

Prof. dr. sc. Ana Tkalac Verčić

Redovita profesorica na Katedri za Marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositeljica je kolegija Strategije marketinške komunikacije. Njeni istraživački interesi obuhvaćaju marketinšku komunikaciju, odnose s javnošću, te internu komunikaciju.

Professor emeritus Tanja Kesić

Professor emeritus na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Izvođačica je nastave na kolegiju Strategije marketinške komunikacije. Područje njenog znanstvenog i stručnog izučavanja i usavršavanja čine marketinška komunikacija i ponašanje potrošača.



Osim u znanstvenom radu i istraživanjima, predavači na studiju cijenjeni su stručnjaci u poslovnoj praksi. Iskustva iz poslovne prakse omogućuju povezivanje teorijskih spoznaja i koncepata s primjerima iz poslovne prakse, što poboljšava kvalitetu predavanja. U izvođenju nastave sudjeluju i gosti predavači, marketinški menadžeri iz hrvatskih i međunarodnih poduzeća te stručnjaci iz svih područja marketinga.

Prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin

Redovita profesorica u trajnom zvanju na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositeljica je i predavačica na kolegijima Poslovno pregovaranje i Strategije prodaje i distribucije. Uz ta dva znanstvena područja, također istražuje i marketing financijskih usluga.

Izv. prof. dr. sc. Dubravka Sinčić Čorić

Izvanredna profesorica na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositeljica je kolegija Marketing odnosa i suradnje s kupcima i klijentima te istražuje marketing poslovnih tržišta (business-to-business marketing) i obrazovanje iz područja marketinga.

Izv. prof. dr. sc. Sunčana Piri Rajh

Izvanredna profesorica na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Nositeljica je kolegija Ponašanje potrošača. Uz ponašanje potrošača, cijene su također područje njenog proučavanja i istraživačkih interesa.

Prof. dr. sc. Ljubo Jurčić

Redoviti profesor na Katedri za međunarodnu ekonomiju Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Sunositelj je kolegija Odrednice nacionalne konkurentnosti, a područja njegovog interesa su financijski menadžment, input-output analiza i modeli otvorenog gospodarstva.

Prof. dr. sc. Mladen Vedriš

Profesor na Katedri za ekonomske znanosti Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Sunositelj je kolegija Odrednice nacionalne konkurentnosti, a područje interesa su mu ekonomska politika, međunarodni ekonomski odnosi i teorija ekonomske politike.



OSNOVNE INFORMACIJE



Obveze na studiju

Za uspješni završetak studija polaznici trebaju ispuniti sljedeće obveze:

- prisustvovati na 70% nastave od ukupnog fonda sati svakog kolegija;
- položiti razlikovne kolegije (polaznici neekonomisti);
- položiti četiri obvezna kolegija;
- položiti pet izbornih kolegija (od deset ponuđenih);
- izraditi jedan pisani rad (analiza slučaja/seminarski rad);
- izraditi i obraniti specijalistički poslijediplomski rad.

Organizacija nastave

Raspored izvođenja nastave prilagođen je zaposlenim profesionalcima.

Nastava na studiju traje dva semestra (proljetni i jesenski). Svaki semestar traje tri mjeseca s pet ciklusa (tjedana) nastave. Satnica je oblikovana tako da se predavanja održavaju od ponedjeljka do petka u poslijepodnevnom satima (od 16:30 do 21 sat, odnosno 25 sati nastave tjedno).

Uz predavanja, studij značajno naglašava samostalni rad i timski pristup. Nastava se sastoji od predavanja, seminara, vježbi, razrade poslovnih slučajeva i mentorskog rada.

Bodovni sustav

Bodovni sustav studija iskazan je ECTS bodovima. Studij ukupno nosi 60 ECTS bodova prema sljedećoj strukturi:

- obvezni kolegij – 6 ECTS bodova (potrebno položiti sva četiri kolegija, ukupno 24 ECTS boda);
- izborni kolegij – 4 ECTS boda (potrebno položiti pet kolegija, ukupno 20 ECTS bodova);
- pisani rad (analiza slučaja/seminarski rad) – 4 ECTS boda;
- specijalistički poslijediplomski rad – 12 ECTS bodova.

Akademski naziv

Nakon izvršenja svih predviđenih obveza na studiju polaznici stječu zvanje magistar struke, sveučilišni specijalist ekonomije (univ. spec. oec.) odnosno naziv zvanja u skladu s važećim zakonskim propisima.



UPIS NA STUDIJ



Uvjeti upisa

- Na studij se mogu upisati kandidati koji su završili:
- preddiplomski i diplomski sveučilišni studij čijim završetkom se stječe 300 ECTS bodova i akademski naziv magistar ekonomije ili drugi diplomski sveučilišni studij iz područja društvenih, humanističkih ili drugih znanosti
- ili
- dodiplomski sveučilišni studij čijim završetkom se stječe stručni naziv diplomirani ekonomist ili drugi dodiplomski sveučilišni studij iz područja društvenih, humanističkih ili drugih znanosti.

Prosječna ocjena potrebna za upis na studij je 3,5 ili više (u prosjek studija uračunavaju se ocjene iz ispita, seminarskih radova i diplomskog rada). Ukoliko kandidat ima niži prosjek (ali svakako ne niži od 3,00), treba priložiti preporuku dvaju sveučilišnih profesora s fakulteta na kojem je stekao/la diplomu.

Na studij se mogu upisati kandidati koji imaju najmanje jednu godinu radnog iskustva i aktivno se služe najmanje jednim svjetskim jezikom. Kandidati koji su diplomirali izvan Republike Hrvatske trebaju nostrificirati svoju diplomu u Republici Hrvatskoj i uz materijale prijave priložiti rješenje o nostrifikaciji.

Više o studiju:

www.efzg.unizg.hr/mm



Školarina i način plaćanja

Cijena studija iznosi 40.500,00 kuna. Poduzeća školarinu plaćaju odjednom, a pojedinci odjednom ili u dvije rate. Prvu ratu (20.250,00 kuna) potrebno je uplatiti pri upisu na studij, a drugu ratu (20.250,00 kuna) pri upisu u drugi semestar studija.

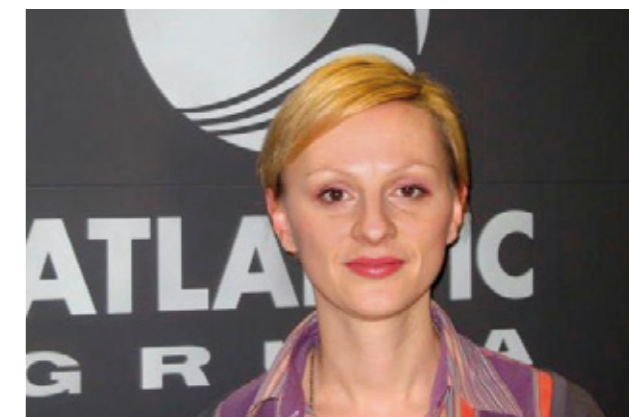
Navedena cijena studija polazniku daje pravo da završi studij u roku od tri godine od datuma upisa studija. U cijenu školarine uključena je većina literature potrebne za polaganje ispita na studiju.

Natječaj

Svake akademske godine Ekonomski fakultet-Zagreb objavljuje natječaj za upis nove generacije polaznika na specijalističke poslijediplomske studije. Informacije o natječaju u aktualnoj akademskoj godini dostupne su na službenoj web stranici studija na adresi www.efzg.unizg.hr/mm.

Natječaj se raspisuje najčešće početkom ljeta za generaciju koja će nastavu početi pohađati sljedeće kalendarske godine u proljeće. Ako ne želite propustiti informaciju o natječaju, možete se javiti e-poštom na adrese tajnika studija, doc. dr. sc. Vatroslava Škare (vskare@efzg.hr) i doc. dr. sc. Zorana Krupke (zkrupka@efzg.hr) te se na taj način upisati na popis zainteresiranih polaznika kojima se šalje informacija o natječaju neposredno po objavi.

“Za poslijediplomski studij sam se odlučila prvenstveno radi dobivanja novih informacija i znanja iz područja marketinga. Nisam očekivala da će me profesori i kolege iz grupe toliko oduševiti da i dalje održavamo kontakte. Predavanja su bila izrazito zanimljiva i puna praktičnih primjera, a iz nekih sam dobila ideje za unapređenje poslovnih aktivnosti u poduzeću u kojemu sam zaposlena.”



Majda Berislavić, mag. oec. univ. spec. oec.
Voditeljica marketing servisa, Atlantic Grupa (Cedevita d.o.o.)
Polaznica generacije 2007.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet – Zagreb
Specijalistički poslijediplomski studij Marketinški menadžment

Trg J. F. Kennedyja 6, 10 000 Zagreb

Tel: 01 238 3305, Fax.: 01 233 5633

www.efzg.unizg.hr/mm



EKONOMSKI FAKULTET
ZAGREB



Voditeljica studija:

prof. dr. sc. Đurdana Ozretić Došen
01 238 3463
dozretic@efzg.hr

Tajnici studija:

doc. dr. sc. Vatroslav Škare
01 238 3305
vskare@efzg.hr

doc. dr. sc. Zoran Krupka
01 238 3305
zkrupka@efzg.hr

Centar za PDS i doktorate:

Voditeljica:

Martina Pelko, dipl.iur.
mpelko@efzg.hr

Zamjenica voditeljice:

Kristina Malešević, mag.oec.
kmalesevic@efzg.hr

Stručna suradnica:

Snježana Babić, oec.
sbabic@efzg.hr

tel: 01 238 3288

tel: 01 238 3218

tel: 01 238 3219

fax: 01 233 5633, 2335-048

