

**Ishodi učenja**

**MARKETINŠKO UPRAVLJANJE – DIPLOMSKI STUDIJ**

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

## 1. UVODNA RAZMATRANJA

*Hrvatski kvalifikacijski okvir – HKO (engl. Croatian Qualifications Framework, CROQF)* instrument je uređenja sustava kvalifikacija u Republici Hrvatskoj koji osigurava jasnoću, pristupanje stjecanju, utemeljeno stjecanje, prohodnost i kvalitetu kvalifikacija, kao i povezivanje razina kvalifikacija u Republici Hrvatskoj s razinama kvalifikacija EQF-a<sup>1</sup> i QF-EHEA<sup>2</sup> te posredno s razinama kvalifikacija kvalifikacijskih okvira u drugim zemljama.<sup>3</sup> Za svaku kvalifikaciju i skup ishoda učenja utvrđuje se prosječno ukupno utrošeno vrijeme potrebno za stjecanje predmetne kvalifikacije, odnosno skupa ishoda učenja, a koje je iskazano putem ECTS bodova pri čemu jedan ECTS bod predstavlja opterećenje od 25 do 30 radnih sati u trajanju od 60 minuta potrebnih za stjecanje odgovarajućih ishoda učenja.

Ishodi učenja prikazuju se kroz znanja, spoznajne vještine, psihomotoričke vještine, socijalne vještine te pripadajuću samostalnost i odgovornost. Unutar HKO-a uspostavljeno je osam razina pri čemu je za diplomski studij, koji predstavlja Razinu 7 cjelovitih kvalifikacija, relevantna sedma razina HKO-a. Opisnice skupina ishoda učenja razine 7 navedene su u tablici 1.

Tablica 1: . Opisnice skupina ishoda učenja razine 7

<b>Znanja</b>	Vrednovanje visokospecijaliziranih znanja u području rada i/ili učenja od kojih su neka na granicama poznatog, a koja mogu biti temelj za originalno razmišljanje i znanstveno istraživanje te povezivanje znanja među različitim područjima.
<b>Spoznajne vještine</b>	Kritičko vrednovanje i kreativno mišljenje u rješavanju novih i složenih problema, potrebno kao osnova za razvoj novog znanja i povezivanje znanja u pojedinim područjima u nepredvidivim uvjetima.
<b>Psihomotoričke vještine</b>	Izvođenje složenih radnji te primjena složenih metoda, instrumenata, alata i materijala te izrada instrumenata, alata i materijala u istraživanjima i inovativnom procesu i prilagodba složenih metoda.
<b>Socijalne vještine</b>	Upravljanje i vođenje složenom komunikacijom, interakcijama s drugima te procesom suradnje u različitim društvenim skupinama u nepredvidivim socijalnim situacijama.
<b>Samostalnost</b>	Upravljanje i vođenje razvojnih aktivnosti u nepredvidivim uvjetima okruženja i donošenje odluka u uvjetima nesigurnosti.
<b>Odgovornost</b>	Preuzimanje osobne i timske odgovornosti za strateško odlučivanje i uspješno provođenje i izvršenje zadataka u nepredvidivim uvjetima te društvene i etičke odgovornosti tijekom izvršenja zadataka i posljedica rezultata tih zadataka.

Izvor: Zakon o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru, Dodatak A, Narodne novine br.22/2013.

<sup>1</sup> Europski kvalifikacijski okvir za cjeloživotno učenje

<sup>2</sup> Kvalifikacijski okvir Europskog prostora visokog obrazovanja

<sup>3</sup> Zakon o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru, članak 2, Narodne novine br.22/2013.

## 2. MARKETINŠKO UPRAVLJANJE

*Akademski stupanj: Magistar/magistra poslovne ekonomije, smjer marketinško upravljanje*

*Razina kvalifikacije: 7*

*Obujam kvalifikacije: 120 ECTS*

*Uvjet upisa: kvalifikacija na razini 6. (preddiplomski studij)*

Na diplomskome studiju marketinško upravljanje vrednuju se činjenična i teorijska znanja do poznatih granica područja kojim se studij bavi te se dodiruju granice drugih područja koja su temelj znanstvenoga istraživanja u dijelu toga područja. Razvija se apstraktno kreativno razmišljanje (potrebno u istraživanjima za razvijanje novih znanja). Ostvaruje se složena komunikacija i suradnja u skupini u raznolikim uvjetima. Izvršavaju se složeni zadatci i prilagođavaju se unutar zadanih smjernica te se preuzima odgovornost za izvršavanje zadataka, za djelovanje i vrednovanje. Diplomskim radom dokazuju se stečene kompetencije i postignuti ishodi pri rješavanju problema.

Ishodi učenja za studijski program marketinško upravljanje navode se u nastavku. Po završetku studija studenti će moći:

- definirati, opisati i povezivati temeljne pojmove suvremene mikroekonomske teorije, osobito u području teorije igara i nesigurnosti
- rješavati mikroekonomske probleme upotrebom raznih analitičkih metoda i tehnika uključujući matematičku analizu, s naglaskom na primjenu metoda maksimizacije na ponašanje ekonomskih subjekata
- formulirati koncepciju istraživanja, razviti probleme, ciljeve i hipoteze istraživanja, odrediti metodologiju i uzorak istraživanja, analizirati podatke dobivene istraživanjem te sastaviti izvještaj
- objasniti ulogu prodajne funkcije i prodajnog managementa u poduzeću te primijeniti upravljačke aktivnosti iz područja prodaje u poduzeću
- analizirati i interpretirati specifične situacije u uslužnim organizacijama te primijeniti odgovarajuće marketinške aktivnosti
- objasniti čimbenike koji utječu na međunarodni marketing, primjenjivati različite teorijske koncepte i spoznaje, dizajnirati projekt istraživanja međunarodnog marketinga i kritički analizirati te interpretirati rezultate istraživanja i preporučiti donošenje marketinških odluka
- objasniti značaj, svrhu, ciljeve i zadatke logistike te primjenjivati logističke aktivnosti, organizirati logistiku poslovnih funkcija te upravljati logističkim procesima u logističkim i nelogističkim poduzećima
- razvijati teorijske koncepte i spoznaje koje se smatraju korisnima za razumijevanje procesa primjene sustava upravljanja odnosima s korisnicima, formulirati aktivnosti upravljanja odnosima s korisnicima i analizirati utjecaj tih aktivnosti na poslovanje
- razvijati primjenu i provedbu odgovarajućih analiza vezanih za upravljanje odnosima s korisnicima usluga, stvarati i implementirati primjerene strategije vezane za upravljanje odnosima s korisnicima s ukazivanjem na modelska rješenja koja se mogu primijeniti u marketinškoj praksi
- objasniti ulogu internog marketinga u organizaciji te odabrati i primjenjivati odgovarajuće marketinške aktivnosti na internom tržištu u skladu sa specifičnim potrebama i ciljevima organizacije

- odabrati i primijeniti pojedine multivarijatne analize za rješavanje različitih problema u marketingu i analizirati te interpretirati rezultate analize
- identificirati i primijeniti marketinške alate specifične za financijske institucije

Osim ishoda učenja stečenih u obveznim predmetima, studenti će u izbornim predmetima moći:

- formulirati sveukupne aktivnosti poduzeća na internetu te primjenom stečenih teorijskih i činjeničnih znanja dizajnirati aktivnosti za koncipiranje i planiranje e-marketinga i elektroničkog poslovanja
- analizirati i objasniti proces strateškog menadžmenta poduzeća i neprofitnih organizacija, te predložiti rješenja definiranih problema
- analizirati i usporediti indikatore gospodarskog razvoja zemalja članica Europske unije; razumjeti djelovanje institucija i zajedničkih politika i kritički promišljati o suvremenim trendovima u Europskoj uniji, te o mogućnostima prosperiteta koje članstvo u EU donosi Hrvatskoj
- identificirati mogućnosti financiranja projekata iz fondova i programa Europske unije i aktivno sudjelovati u prijavama na natječaje i u implementaciji odobrenih projekata.

## Diplomski studij POSLOVNE EKONOMIJE

### Studijski program: MARKETINŠKO UPRAVLJANJE

I. semestar					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
Mikroekonomija II	Prof.dr.sc. I. Štoković-T Prof.dr.sc. S. Sharma-T Doc.dr.sc. D. Tomić	45	0	30	7,5
Istraživanje tržišta i marketinga	Doc.dr.sc. D. Benazić	45	30	0	7,5
Management prodaje	Doc.dr.sc. E. Ružić	40	0	35	7,5
Marketing usluga	Izv.prof.dr.sc. A. Nefat	30	20	25	7,5
<b>Ukupno</b>					<b>30</b>

II.semestar					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
Međunarodni marketing	Prof.dr.sc. L. Uravić	40	0	35	7,5
Logistika	Prof.dr.sc. D. Križman Pavlović Doc.dr.sc. M. Paliaga	40	0	35	7,5
Upravljanje odnosima s kupcima usluga-CRM	Doc.dr.sc. D. Alerić	45	30	0	7,5
Izborni predmeti					7,5
<b>Ukupno</b>					<b>30</b>

Izborni predmeti					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
E-marketing	Prof.dr.sc. D. Križman Pavlović Doc.dr.sc. D. Alerić	40	35	0	7,5
Strategijski management*	Prof.dr.sc. M. Gonan Božac	45	0	30	7,5
Gospodarstvo EU	Prof.dr.sc. I. Kersan-Škabić	45	0	30	7,5

\* predmet se izvodi u zimskom semestru

III.semestar					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
Ponašanje kupaca usluga	Prof.dr.sc. L. Uravić Mr.sc. D.Božac Marjanović	40	35	0	7,5
Interni marketing	Doc.dr.sc. E. Ružić	40	0	35	7,5
Multivarijantne analize u marketingu	Doc.dr.sc. D. Benazić	45	30	0	7,5
Marketing finansijskih institucija	Doc.dr.sc. M. Paliaga	45	30	0	7,5
<b>Ukupno</b>					<b>30</b>

Izborni predmeti					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
Programi i fondovi Europske unije	Prof.dr.sc. I.Kersan-Škabić Dr.sc. L.Tijanić K.Fedel Timovski	45	0	30	7,5

IV.semestar					
Predmet	Nastavnik/ica	P	V	S	ECTS
Diplomski rad					30
<b>Ukupno</b>					<b>30</b>