



UNIVERZITET
METROPOLITAN
BEOGRAD

FAKULTET ZA MENADŽMENT

DIGITALNI
BIZNIS I MARKETING



Najveći broj marketinških predmeta u Srbiji

www.metropolitan.ac.rs

DIGITALNI BIZNIS I MARKETING

Osnovne informacije:

- Trajanje studija: 4 godine
- Broj ESPB: 240 ESPB
- Zvanje: Diplomirani marketing menadžer
- Polje: Društveno humanističke nauke
- Oblast: Menadžment
- Oblici studiranja: tradicionalni (U prostorijama univerziteta) i onlajn, preko Interneta (E-učenje)
- Mesto održavanja nastave: Beograd i Niš

ŠTA JE TO DIGITALNI BIZNIS, A ŠTA MARKETING?

Savremeno poslovanje odvija se na globalnom tržištu, u uslovima konkurentnosti (što je sve manje pitanje uspeha, a sve više uslov opstanka preduzeća), a bazira na informacijama i znanju koje postaju ključni proizvodni resurs. Današnje poslovno okruženje je prilično nepredvidivo, karakterišu ga stalne i brze promene (proizvoda, tehnologija, zastarevanje znanja). Marketing je proces upravljanja kojim se na profitabilan način identifikuju, predviđaju i zadovoljavaju potrebe potrošača (definicija Instituta za marketing u Velikoj Britaniji).

Mnogi danas kažu "nije problem proizvesti, već prodati". Da bi se proizvod prodao, on treba da zadovolji zahteve i očekivanja svih probirljivijih kupaca. Te potrebe određuje marketing. Da bi se proizvod prodao, kupci treba da budu upoznati sa proizvodom. Promociju proizvoda radi marketing. U uslovima velike konkurencije na tržištu, značaj marketinga je vrlo izražen. Prošla su vremena kada je "dobar proizvod prodavao sam sebe". Mnoge firme su nudile bolje proizvode od drugih, ali nisu sa njima uspele, jer nisu na tržištu svoje proizvode ponudile na pravi način. Očigledno, nisu imale najbolji marketing. Živimo u eri marketinga i svim firmama su neophodni marketing menadžeri da bi bili uspešni na tržištu. Era marketinga zahteva multi-funkcijske i multiobrazovane ljude sa fleksibilnom specijalizacijom, menadžere koji su u stanju da uspostave sinergiju između temeljnih znanja i veština koja značajno utiču na poslovanje: upravljanje informacionim tehnologijama; poslovno upravljanje; upravljanje kvalitetom; koncepte, veštine (povezivanja i komunikacije) i tehnike marketinga kojime se istražuju potrebe i želje korisnika na ciljnim tržištima i zadovoljavaju adekvatnim karakteristikama proizvoda, komuniciranjem, politikom cena i adekvatnom distribucijom.

ZAŠTO STUDIRATI DIGITALNI BIZNIS I MARKETING NA UNIVERZITETU METROPOLITAN?

Osnovni cilj studijskog programa je obrazovanje savremenog, „digitalno pismenog“ i sposobnog menadžera da u uslovima digitalnog okruženja, profesionalno i sa uspehom obavlja poslovne zadatke i funkcije. U tom smislu cilj studijskog programa je da obezbedi neophodna opšta znanja i veštine iz oblasti menadžmenta (digitalnog biznisa), koja svaki menadžer treba da poseduje i omogući kvalitetno i sveobuhvatno uče usmeravanje obrazovanja u oblasti marketinga, prodaje i ljudskih potencijala.

Jedan od ciljeva OAS Digitalni biznis i marketing je sa fokusom na obrazovanje u oblasti marketinga. Studenti treba da steknu potpuna i primenljiva specifična znanja iz ove oblasti, što će im omogućiti da uspešno obavljaju sve poslove koje funkcija marketinga ima u savremenim organizacijama. To obuhvata izučavanja principa marketinga, razumevanje uloge marketinga u razvoju proizvoda, istraživanja i analizu tržišta, proučavanje i razumevanje ponašanja potrošača, uspostavljanje integrisanih marketinških komunikacija sa potencijalnim kupcima, način korišćenja digitalnog marketinga, tj. mobilnih uređaja i veb sistema za potrebe marketinga, kreiranje, razvoj i održavanje brenda proizvoda ili firme, planiranje marketing aktivnosti i upravljanje poslovima marketinga u organizacijama, oglašavanja i komunikacije s javnošću i dr.

ISHODI UČENJA STUDIJSKOG PROGRAMA SU:

- sticanje znanja i razumevanja gradiva iz opšteg menadžmenta, marketinga i digitalnog poslovanja;
- primena znanja i razumevanja u oblasti menadžmenta;
- sposobnost zaključivanja i rasuđivanja;
- veština komuniciranja stavova, ideja, problema i rešenja;
- razvijanje veštine učenja nužne za neprekidno doživotno učenje sa visokim nivoom autonomije;
- sposobnost demonstriranja usvojenih znanja, veština i razumevanja u svakodnevnom radu;
- neprestano inoviranje i unapređivanje znanja i veština u skladu sa razvojem nauke u oblasti menadžmenta;
- sticanje veština potrebnih za prikupljanje i interpretaciju relevantnih podataka iz oblasti menadžmenta i donošenje zaključaka vezanih ne samo za oblast menadžmenta već i za relevantne naučne, etičke i društvene teme;
- veština predstavljanja informacija, ideja, problema i mogućih rešenja, kako u organizaciji u kojoj rade tako i stručnoj i opštoj publici.

ZNANJE KOJE STUDENT STIČE TOKOM STUDIJA

Usvajanjem akademskih znanja studenti stiču i mogućnost proširenja svojih znanja na master i doktorskim studijama produbljivanjem, ne samo teorijskog i akademskog znanja, nego i sticanjem sposobnosti za analitički i kreativan pristup u rešavanju kompleksnih problema sa kojima se studenti susreću u svakodnevnom radu. Pored akademskih znanja, cilj našeg studijskog programa jeste da kroz vežbe i rešavanje odabranih studija slučaja, student stekne i praktična znanja.

Studenti usvajaju znanja iz oblasti upravljanja i rada na tržištu, istraživanja tržišta, upravljanja brendom, planiranja kampanja i promocija, kreiranja slogana, PR veština itd. Diplomirani studenti na ovaj način postaju eksperti, koji obavljaju menadžerske poslove iz ove oblasti, što im obezbeđuje široku mogućnost izbora različitih vidova zaposlenja u kompanijama, i to ne samo na nacionalnom, već i na međunarodnom nivou.

KOJIM POSLOVIMA MOGU DA SE BAVE DIPLOMIRANI MENADŽERI?

Studenti koji završe Osnovne akademske studije Biznis i marketing osposobljeni su da rade u:

- različitim oblastima u vezi sa marketingom i menadžmentom, obezbeđujući im fundamentalne koncepte, najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine;
- prepoznatljivim poslovnim i javnim profesijama i zanimanjima u kojima se upravljanja poslovnim procesima i/ili za upis na master studije;
- širokom spektru zanimanja iz oblasti menadžmenta, ekonomije, marketinga, odnosa sa javnošću, analitike i statistike, upravljanje ljudskim resursima, poslovne komunikacije, preduzetništva, poslovnog prava, međunarodnih ekonomskih odnosa i slično, i stiču najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine;
- kreiranju i pripremi kompetentnih i obrazovanih stručnjaka na tržištu rada, kako bi mogli da primene opšta i specijalizovana znanja iz menadžmenta i vrlo sadržajna i detaljna znanja iz oblasti područja specijalizacije.

Diplomirani student stiče sledeće upravljačke i marketinške veštine:

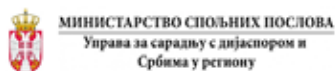
- Sposobnost strategijskog sagledavanja biznisa i marketinga;
- Sposobnost analize i organizacije;
- Koordinacija i kontrola poslovnih aktivnosti;
- Vrednovanje i korišćenje rezultata istraživanja tržišta i marketinga;
- Sposobnost upravljanja strateškom i poslovnom komunikacijom;
- Sposobnost efikasnog komuniciranja i timskog rada.

NAJČEŠĆA RADNA MESTA

Student koji završi ovo studijsko područje biće osposobljen za sve menadžerske poslove, a neka od radnih mesta na kojima rade stručnjaci iz oblasti menadžmenta su:

- Menadžer u različitim sektorima kompanije
- Direktor marketinga
- Biznis konsultant
- Menadžer razvoja poslovanja/menadžer prodaje
- Brend menadžer
- Menadžer za odnose sa javnošću/PR menadžer
- Menadžer za ljudske resurse/HR menadžer
- Pomoćnik generalnog direktora
- Merchandising menadžera
- Istraživač tržišta/marketinga
- Strateški konsultant u oblasti marketinga i menadžmenta
- Menadžer medija planiranja
- Account menadžer u marketinškim agencijama

NAŠI PARTNERI



OPISI PREDMETA
OSNOVNIH AKADEMSKIH STUDIJA
DIGITALNI BIZNIS I MARKETING
(4 GODINE / 240 ESPB)

MG100 Računari u biznisu:

Cilj predmeta je da studenta uvede u primenu računara i drugih informacionih tehnologija u poslovanje, obezbeđujući studentima osnovni početni nivo konceptijske i funkcionalne pismenosti.

MG110 Principi menadžmenta:

Cilj predmeta je da obezbedi znanja studentima kako da organizuju zajednički rad zaposlenih u nekoj organizaciji radi postizanja zajedničkog cilja koji ne bi mogli da postignu svojim pojedinačnim radom. Predmet uči studente kako da formulišu ove ciljeve i strategiju primene za njihovo ostvarenje.

MG140 Principi digitalne ekonomije:

Popularizacija i široka upotreba digitalnih tehnologija zajedno sa padom cena i povećanjem performansi ovih tehnologija dovela je do pojave novih aktivnosti kako u javnom tako i u privatnom sektoru. Stoga je glavni cilj ovog predmeta da pruži razumevanje osnovnih koncepata u vezi sa ovim specifičnim trendovima, a zatim da ih poveže sa novim društvenim i ekonomskim promenama koje nastaju kao rezultat masovne upotrebe novih digitalnih tehnologija.

MG120 Poslovna komunikacija:

Predmet ima za cilj da studenta osposobi da se služi efektnom komunikacijom, kako pisanom tako i usmenom, poput razumevanja principa efektne komunikacije, sposobnosti uspešne primene poslovnog pisanja, pripreme i prezentacija poslovne prezentacije.

NT111 Engleski jezik 1:

Engleski jezik 1 je srednji kurs opšteg engleskog jezika. Cilj ovog kursa je razviti kompetenciju iz oblasti gramatike i vokabulara, kao i razvijati i uvežbavati sledeće jezičke veštine: govorenje, slušanje, čitanje, pisanje, prevođenje i integrisanje pomenutih veština.

MG115 Principi mikroekonomije:

Cilj predmeta je da studentima pruži koncizan ali potpun pregled uvodnih mikroekonomskih teorija, primena i politika u globalnom okruženju.

MG135 Organizaciono ponašanje:

Cilj predmeta je da studentima ukaže na značaj ljudske strane menadžmenta, kao komplement tehničkim veštinama koje se izučavaju u drugim predmetima. Zato se predmet fokusira primarno na rad ljudi u organizacijama različitog tipa. Predmet je uvod u izučavanje osnovnih koncepata i tema organizacionog ponašanja i upravljanja, i to na sva tri nivoa: individualnom, interpersonalnom i grupnom.

MG145 Uvod u digitalno poslovanje:

Cilj ovog predmeta je upoznavanje studenata sa studijskim programom i razvojem kompetencija potrebnih za uspešnu primenu digitalnog poslovanja u savremenom poslovnom okruženju. Predmet omogućava studentima da steknu razumevanje o funkcijama i izazovima različitih oblasti poslovanja i da razviju veštine analize i rešavanja problema kroz praktične studije slučaja.

MG130 Digitalne tehnologije u biznisu:

Cilj predmeta je da obezbedi razumevanje osnovnih koncepata digitalnih tehnologija i sistema u meri koja je potrebna za uspešno praćenje drugih predmeta studijskog programa i za njegov uspešan završetak. Predmet pokriva široki opseg digitalnih uređaja, tipova softvera i informacionih sistema, ali na jednom osnovnom nivou.

NT112 Engleski jezik 2:

Engleski jezik 2 je viši srednji kurs engleskog jezika – kombinacija opšteg engleskog jezika i jezika struke. Cilj ovog kursa je razviti kompetenciju iz oblasti gramatike i vokabulara, kao i razvijati i uvežbavati veštine govora, slušanja, čitanja, pisanja, prevođenja i integrisati pomenute veštine.

II GODINA

MG210 Upravljačko računovodstvo:

Cilj predmeta je da na jednostavan i koncizan način izloži ključne koncepte obračuna troškova poslovanja. Predmet nije namenjen budućim računovođama već poslovnim menadžerima koji uče kako da donose poslovne odluke primenom tehnika upravljačkog računovodstva.

MG220 Osnove poslovne analitike:

Cilj predmeta je da studentima obezbedi znanja neophodna za kvantitativnu analizu podataka i za modeliranje poslovnih analitika sa Excel softverom. Na taj način, predmet se nadovezuje na predmet MG100 Računari u biznisu, kao i na predmet MG105 Uvod u poslovnu statistiku. Predmet uči studente procesima implementacije analitičkih modela sa softverskim alatima, kao i da tumače rezultate poslovne analitike, i da donose odluke zasnovane na podacima.

MK201 Principi marketinga:

Cilj predmeta da studentima pruži sveobuhvatni, ali uvodni pregled principa i koncepata marketinga, a koji se detaljnije izučavaju na drugim predmetima. U nastavi se u velikoj meri koriste primeri iz prakse, a posebno studije slučaja.

OM225 Uvod u operacioni menadžment:

Operacioni menadžment je odgovoran za planiranje i isporuku proizvoda i usluga kupcima. Predmet se fokusira na procese u kojim se stvara vrednost u firmi, kao što su procesi projektovanja, nabavke, proizvodnje proizvoda ili usluge i njihova isporuka.

Od posebnog značaja je analiza relevantnih procesa, primena odgovarajuće metrike, a u cilju njihovog poboljšanja. Koriste se metodi za analizu i upravljanje zalihama, lancima snabdevanja, statističke kontrole kvaliteta, upravljanje troškovima i prihodima i analiza rizika zbog utvrđenih neizvesnosti. Vrš se kvantitativne analize studije slučajeva iz različitih industrija u cilju poboljšanja njihove konkurentnosti i kvaliteta poslovanja.

Predmet uvodi studenta u oblast operacionog menadžmenta i daje njegovu celinu, tako da student razume kako se u neknoj firmi stvara vrednost, bilo da je to industrija koja nudi proizvode bilo da nudi usluge.

NT214 Engleski jezik za menadžere:

Engleski jezik za menadžment je viši srednji kurs struke. Cilj predmeta je konsolidovanje poznavanja i upotrebe gramatike i vokabulara na višem srednjem nivou, razvijanje svih jezičkih veština: govor, čitanje, pisanje i slušanje, kao i jezičkih funkcija u oblasti menadžmenta.

MG215 Menadžment ljudskih resursa:

Cilj predmeta je da upozna studente sa osnovnim principima i tehnikama upravljanja ljudskim resursima. Predmet pokazuje da su ljudski resursi više nego prihvatanje prijave za zaposlenje i njihovo čuvanje. Upravljanje ljudskim resursima je centralna i strateška organizaciona aktivnost koja poprima sve veću složenost i značaj.

MG225 Etika i društvena odgovornost:

Cilj predmeta je da studenti postanu svesni etičkih dimenzija u poslovanju, da postanu svesni svoje društvene odgovornosti tokom karijere, da razviju analitičke veštine za identifikaciju i rešavanje etičkih pitanja u biznisu, kao i da uvežbaju donošenje odluka povezanih sa etičkim pitanjima.

MK260 Marketing istraživanja:

Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovama istraživanja marketinga. Fokus predmeta je na pripremi i organizaciji procesa istraživanja, na prikupljanju podataka. Posebno se opisuje problematika deskriptivnih istraživanja, istraživanja uzroka dobijenih rezultata, kao i definisanje i priprema uzoraka potrebnih za istraživanja. Ovaj predmet se ne bavi analizom dobijenih rezultata, jer je to cilj predmeta.

MG240 Osnove finansijskog menadžmenta:

Imajući u vidu izlazne kompetencije koje studijski program treba da pruži studentima, cilj predmeta je da osposobi studente da razumeju primenu modela sadašnje vrednosti firme, primenu homogenih mera, analizu kredita, iznajmljivanja, finansijskih investicija i kriva prinosa. Na ovaj način, ovaj predmet zaokružuje finansijska znanja koja je student stekao na predmetima MG315 Uvod u mikroekonomiju i MG210 Upravljačko računovodstvo, te kao budući menadžer u oblasti digitalnog biznisa i marketinga, student stiče na ovaj način, dovoljno kompetencija za donošenje odluka koje nose određene finansijske rizike MG315 Upravljanje proizvodnom.

MK220 Ponašanje potrošača:

Cilj predmeta je da pruži studentima upotrebljivo znanje o glavnim teorijama i nalazima istraživanja u oblasti ponašanja kupaca. Cilj predmeta nije da studenti samo nauče gradivo, već da ga povežu u celinu i da ga primene. U tom smislu, posebna pažnja se poklanja primeni stečenog znanja u različitim marketnškim problemima. Iako nastavna materija pruža studentima taktičku upotrebljivost, ona studentima pruža i široko razumevanje potrošača i sa strateškog stanovišta.

MG315 Upravljanje proizvodom:

Cilj predmeta je da studente menadžmenta osposobi za obavljanje poslova menadžera proizvoda, tj. da upravlja procesom razvoja proizvoda, bilo fizičkog – u digitalnom okruženju, bilo digitalnog. Zato, studenti izučavaju i tradicionalni i agilni proces razvoja proizvoda.

MG325 Digitalni biznis:

Cilj predmeta je da studente uvede u modele i koncepte digitalnog biznisa, da ih nauči kako da se pripreme za poslovanje na digitalnom tržištu, i kako da primene odgovarajuće modele digitalnog biznisa u okviru digitalizacije poslovanja njihovog preduzeća.

MG335 Strategije digitalnog biznisa:

Digitalne strategije određuju položaj organizacije, njene odluke i planirane akcije u kontekstu digitalne ekonomije. Cilj predmeta je da student stekne jedan celovit pogled na postupak kreiranja digitalnih strategija i da se osposobi da učestvuje u kreiranju digitalne strategije svoje organizacije.

MK325 Digitalni marketing:

Cilj ovog predmeta je da na jedan integralan način upozna studenta sa svim aspektima primene digitalnog marketinga, omogućujući mu da bolje razume međusobnu povezanost digitalnih modela poslovanja u različitim užim oblastima marketinga i da ga osposobi za primenu onih modela koji najviše odgovaraju poslovanju kompanije u kojoj radi. Kako je ovaj predmet deo studijskog programa koji se na jedan celovit i integralan način bavi digitalnim biznisom i marketingom, u drugim predmetima studenti izučavaju detaljnije digitalne modele koji najviše odgovaraju tim užim oblastima poslovanja i marketinga. Specifičnost ovog predmeta je u celovitom i integrišućem pristupu digitalizaciji svih funkcija marketinga.

MK320 Analiza podataka marketinga:

Cilj predmeta je da student ovlada primenom matematičke statistike u analizi rezultata marketing istraživanja. U tom smislu, predmet se prirodno nadovezuje na predmet MK260 Marketing istraživanja, u kome je fokus na pripremi i sporovođenju istraživanja. Analiza marketing podataka koja se zasniva na podacima istraživanja omogućava bolje razumevanje ponašanja kupaca i donošenje boljih odluka u realizaciji marketing firma.

MG380 Pravo u uslovima digitalnog biznisa:

Usvajanje osnovnih i primenjenih znanja iz oblasti prava u uslovima digitalnog poslovanja, što podrazumeva: razumevanje osnova pravnog sistema Republike Srbije i osnova stvarnog, radnog i obligacionog prava; razumevanje izvora prava i njihove međusobne hijerarhije; razumevanje potrebe za zaštitom podataka o ličnosti u sajber prostoru i osnovnih postulata GDPR; razumevanje uloge i značaja prava intelektualne svojine u oblasti digitalnog biznisa; razumevanje pravnih aspekata čuvanja podataka o ličnosti u pravu Republike Srbije; razumevanje i unapređivanje znanja u oblasti visokotehnološkog kriminala i njegovih pojava oblika, kao što je fišing; razumevanje značaja pravnog regulisanja zaštite potrošača i elektronskom oglašavanju; razumevanje značaja i uloge pravnog sistema u oblasti elektronske trgovine i zaključivanja e-ugovora, posebno u svetlu blokčejn tehnologija; unapređivanje znanja u oblasti rešavanja sporova u privredi; razumevanje značaja pravnog regulisanja elektronskog plaćanja i sajber bezbednosti.

OM365 Upravljanje projektima:

Upravljanje projektima je interdisciplinarna i međufunkcionalna aktivnost u organizaciji. Naglasak u nastavi ovog predmeta je na odnosu projekata prema upravljanju promenom i pristupima i ulogama potrebnim za postizanje uspešne implementacije projekta. Skoro svaka organizacija je uključena u neku vrstu projekta. Iskustvo i aktuelna istraživanja otkrivaju da mnogi projekti ne uspevaju očekivanja iz raznih razloga. Ovaj predmet ima za cilj da upozna studente sa preporukama za organizaciju nekog projekta, sa metodama upravljanja svim tipičnim aktivnostima i da na taj način pomogne studentima da razviju svoje veštine u upravljanju projektima, da prepoznaju i izbegnu uzroke neuspeha projekta i da upravljaju projektom od njegove početne faze do njegovog završetka.

MG320 Digitalna ekonomija:

Cilj predmeta je da studenta uputi kako digitalna ekonomija utiče na tržišta i društvo. Učimo o tome kako internet, mobilne komunikacije, ekonomija deljenja, društveni mediji i kriptovalute utiču na globalno poslovanje. Kurs ima dva glavna dela: 1) Osnovna teorija u digitalnoj ekonomiji, uključujući: mrežne efekte, modele stvaranja vrednosti, digitalne poslovne modele i modeliranje tržišta. 2) Kako digitalna ekonomija utiče na privatnost, propise i strategiju.

Izborni predmeti 1 i 2

MK343 Strategija digitalnog marketinga:

Cilj predmeta je izučavanje metoda pripreme i primene strategija marketinga koje su usmerene ka krajnjim kupcima, ljudima, a ne kompanijama. Pri ovome se koriste neke od metoda koje se primenjuju i pri razvoju strategija digitalnog biznisa, samo je ovde primena u oblasti marketinga, tj, digitalnog marketinga.

MK345 Digitalno oglašavanje:

Pomoću uvođenja studenta u oblast oglašavanja u marketingu, predmet ima za cilj i da upozna studenta i sa najnovijom praksom primene digitalnog oglašavanja. Pored oglašavanja, predmet upoznaje studente i sa metodama i praksom odnosa s javnošću.

MK355 Principi maloprodaje:

Predmet izlaže osnovne principe i tehnike maloprodaje, višekanalne maloprodaje, strategije maloprodajnog tržišta, planiranja asortimana robe i sistema kupovine, promocije proizvoda, operacija, rasporeda, organizacije prodavnice, lokacije i usluge kupcima kroz različite maloprodajne operacije. Predmet je uvod u izučavanje maloprodaje, te ima uvodni karakter za druge predmete koji se nude studentima programa Digitalni bisnis i marketing.

MG321 Upravljanje učinkom:

Predmet se bavi identifikovanjem, merenjem i razvojem učinka pojedinaca i timova i usklađivanjem njihovog učinka sa strateškim ciljevima organizacija. Implementacija sistema upravljanja učinkom povezana je sa mnogim prednostima u organizacijama, kao što su povećana motivacija zaposlenih, kompetencije i samopoštovanje, jasno definisani opisi poslova i ciljeva, identifikacija loših izvođača, povećano angažovanje i posvećenost zaposlenih, između ostalog. Cilj predmeta je da identifikuje znanja i veštine potrebne za efikasno upravljanje učinkom pojedinca i tima i ispituje projektno rešenje sistema upravljanja učinkom koji imaju za cilj da transformišu organizacione ciljeve u rezultate učinka.

IV GODINA

MG415 Digitalna transformacija:

Cilj predmeta je da studentima pruži znanja i veštine koje će im pomoći da pomognu postojećim firmama da svoje poslovanje transformišu tako da dostignu jaku i stabilnu digitalnu sposobnost primenom principa transformacije digitalnog biznisa. Stečeno znanje će studentima omogućiti da razumeju problematiku, ali i da se osposobe da primene transformaciju poslovanja firme ili organizacije da bi postale ili ostale konkurentne u digitalnoj eri.

MG470 Inovacije i preduzetništvo u digitalnom biznisu:

Ovaj predmet pruža uvid u nastanak digitalnog preduzetništva, ključne koncepte, poslovne modele i resurse potrebne za razvoj uspešnih poduhvata. Studenti će razviti poslovni plan za digitalno preduzeće kao deo tima za poduhvat i predstaviti ovaj plan u poslovnom piču (pitch). Fokus predmeta je na inovativnom digitalnom preduzetništvu, te student stiče i osnovna znanja o procesu razvoja inovacija. Ovaj predmet je od interesa za studente koji planiraju razvoj sopstvenog preduzeća ili koji nameravaju da rade u dinamičnim, digitalnim preduzećima.

MG480 Zelena i cirkularna ekonomija:

Ovaj predmet studentima osnovnih studija pruža znanja o konceptima ekonomije životne sredine, ekonomije resursa i cirkularne ekonomije. Primena različitih koncepata, okvira i modela srednjeg nivoa iz mikroekonomije biće primenjena za pronalaženje rešenja za probleme životne sredine. Pored poboljšanja razumevanja tema iz oblasti ekonomije životne sredine, ekonomije resursa i cirkularne ekonomije, ciljevi ovog predmeta uključuju unapređenje veština kritičkog mišljenja i učenje kako pravilno primeniti stečeno znanje iz teorijske ekonomije na rešavanje praktičnih problema.

Izborni predmeti 3 i 4

MK410 Menadžment digitalnog marketinga:

Upravljanje digitalnim marketingom predstavlja najbrže rastući novi kanal za ciljanu komunikaciju, interakciju, angažovanje i isporuku brendiranja, komunikacija, proizvoda i usluga organizacije. Cilj ovog predmeta da obezbedi čvrstu osnovu u strateškim, taktičkim i kreativnim osnovama. U tom smislu, predmet izučava teme kao što su: marketing na pretraživačima, imejl marketing, marketing sadržaja, društveni mediji i uloga mobilnih uređaja, upravljanje odnosima sa kupcima (CRM), analitika i organizacija vođena podacima, upravljanje preduzećem za digitalni marketing u svetu automatizacije marketinga osnovanog na webu i dr.

MK441 Brend menadžment:

Cilj predmeta je da upozna studenta sa ulogom brenda pri odlučivanju kupaca, da ga upozna sa osnovnim principima stvaranja brenda i da podstiče kreativno razmišljanje studenta u vezi strategije i taktike izgradnje, odbrane i održavanja brendova. Predmet podstiče razvoj sposobnosti studenta da primeni principe brendiranja.

OM445 Upravljanje maloprodajnim lancem snabdevanja:

Cilj ovog predmeta je da pruži temeljnu osnovu za upravljanje maloprodajom, uključujući maloprodajne i lančane operacije, upravljanje odnosima sa dobavljačima i strateške timove u maloprodajnom sektoru. Predmet je posebno koristan za studente koji žele da rade u maloprodaji (prodavnice, prodavnice, tržišni centri), među dobavljačima u maloprodajnom sektoru (tipični dobavljači velikih brendova), u konsultacijama sa fokusom na robu široke potrošnje ili drugima zainteresovanim za distributivne sisteme, marketinške kanale, tržišne strukture i vertikalne međuorganizacione strukture.

MG435 Privlačenje i rad sa talentima:

U uslovima velike konkurencije, u mnogim industrijskim sektorima najznačajni faktor konkurentске prednosti je kvalitet zaposlenih u organizaciji. Od posebnog značaja je regrutovanje mladih talenata koji su najčešće i nosoci razvoja inovacija i postaju odlučujući faktori određivanja budućnosti organizacije. Zbog toga je sve veća tražnja za talentima, menadžeri ljudskih resursa su sve više pod pritiskom da pronađu talente na tržištu rada.

Cilj predmeta je da upozna studente sa problematikom regrutovanja i zapošljavanja talenata. Predmet ima dva dela. U prvom delu se izučavaju strategije regrutovanja, ocenjivanja, angažovanja i protoka talenata. U drugom delu se izučava onlajn regrutovanje talenata, primena onlajn sistema za regrutovanje i testiranje kandidata. Studenti stiču znanja neophodna za definisanje zahteva za projektovanje i razvoj ovih onlajn sistema, kao i sticanje veština u njihovom korišćenju u cilju automatizovanom testiranju talenata.

Izborni predmeti 5 i 6

MK486 Digitalni B2B marketing:

Cilj predmeta je da osposobi studenta za primenu koncepata, metoda i tehnologija digitalnog B2B (B2B (B2B)) marketinga, tj. marketinga koji se odnosi na saradnju sa drugim organizacijama i kompanijama, u cilju poslovanja u okviru digitalnog biznisa. Kupci i korisnici proizvoda i usluga koje se nude primenom digitalnog tehnologija su pravna lica, tj. druge kompanije ili organizacije. Fokus predmeta je na postavljanju strategije za postavljanje i primenu B2B digitalnog poslovanja.

MK451 Međunarodni marketing:

Cilj predmeta je da studentima omogući neophodna znanja za razumevanje i primenu ključnih koncepata međunarodnog marketinga, u drugim zemljama i kulturama, kako bi mogli da na efektivan i profitabilan način donose marketinške odluke. Predmet omogućava sticanje i neophodnih veština za poslovanje velikih i multinacionalnih kompanija.

MK400 Upravljanje maloprodajom:

Svrha ovog predmeta je da uvede studenta u svet maloprodaje sa menadžerske tačke gledišta. Shodno tome, proučavaju se elementi koji čine maloprodajni miks, uključujući tipove prodavaca na malo, višekanalnu maloprodaju, ponašanje potrošača pri kupovini, maloprodajne marketinške strategije, odabir lokacija maloprodajnih lokacija, upravljanje lancem snabdevanja, ponuda robe, cene, upravljanje prodavnicama, izgled i dizajn prodavnice i korisnički servis.

G445 Određivanje zarada i podsticaja:

Predmet pruža pregled zarada i potsticaja kao važan, strateški faktor poslovanja javnih i privatnih preduzeća. Predmet pruža mogućnost za istraživanjem projektovanja i razvoja efektivnih programa nadoknade i planova podsticaja. Pored toga, predmet razmatra zakonske i regulatorne zahteve koji utiču na politike i prakse. Od ključne je važnosti da poslovni lideri, posebno u oblasti ljudskih resursa, shvate nagrade i rizike zarada i podsticaja kao ključnu investiciju potrebnu za podršku poslovnih ciljeva organizacije. Mada je program predmeta usmeren na analizu zarada i podsticaj u inostranim organizacijama (pre svega u SAD), predmet daje i uporedna rešenja koja se primenjuju u Srbiji.

Izborni predmet 7

MK442 Strategija maloprodaje:

Predmet istražuje i analizira strateške odluke u maloprodajnoj industriji u veoma konkurentnom maloprodajnom okruženju. Istražuje se kako maloprodajna strategija utiče na finansijske performanse. Analiziraju se izazovi i mogućnosti u maloprodaji. Fokus je na analizi i diskusijama samih studenata, jer se od njih traži da analiziraju, izvlače zaključke i dele svoje mišljenje zasnovano na analitici na času. U drugom delu predmeta, posebna pažnja je poklonjena uticaju novih tehnologija u maloprodaji. Postavljen je tzv. Pametni model maloprodaje koji vodi ka primeni koncepta pametne prodavnice.

MG475 Međunarodno poslovanje:

Ovaj predmet obuhvata širok pregled međunarodnih poslovnih pitanja i analizira okruženje u kojem se odvija međunarodno poslovanje. Upoznaje studente sa multinacionalnim preduzećima, globalnom konkurencijom, međunarodnim organizacijama, ugovorima i međunarodnim zakonima i nacionalnim trgovinskim politikama. Predmet ima za cilj da studenti razumeju da globalizacija poslovanja donosi nove mogućnosti i pretnje vladama, firmama i pojedincima. Ovaj predmet uvodi elemente međunarodnog poslovanja koji izazivaju i omogućavaju preduzećima da se uspešno takmiče na globalnom tržištu kakvo danas postoji, sa pogledom na budući rast i ekspanziju.

Izborni predmet 8

MG450 Analitika ljudskih resursa:

Cilj predmeta je da upozna studente mogućnostima primene analitike podataka u slučaju privlačenja i zadržavanja talenata i analize rada zaposlenih. Analitika podataka o ljudima, je preduslov za sprovođenje bilo kakve strategije privlačenja i zadržavanja talenata. Ljudski kapital je u 21. veku broj jedan faktor za ostvarenje konkurentne prednosti. Primena nauke o podacima za jačanje ljudskog kapitala firmi je trend koji počinje da dominira. Zato, ovaj predmet može biti važan za buduće HR menadžere inovativnih firmi u industriji znanja.

MG490 Metode primene digitalnog poslovanja:

Predmet se zasniva na prethodnim znanjima i veštinama stečenim na predmetima Digitalna transformacija, Digitalni biznis i inovacije i preduzetništvo u digitalnom poslovanju. Cilj predmeta je da studentima omogući znanja i veštine u kreiranju poslovnih planova u domenu digitalnog poslovanja prvenstveno korišćenjem savremenih digitalnih alata.

MG491 Stručna praksa:

Cilj stručne prakse je da studente pripremi i obezbedi im kvalitetno sticanje kompleksnijeg iskustva o njihovoj profesiji i radnim zadacima za koja se školuju. Kroz sagledavanje radne sredine i konkretnih radnih aktivnosti student treba da stekne nova znanja, sigurnost u radu i mogućnost integrisanja stečenih znanja i veština. U relativno dugom, četrdesetodnevnom boravku i radu u profesionalno orijentisanoj okolini, stiču se i šira iskustva o svim segmentima biznisa i marketinga i načinima za rešavanje konkretnih problema i zadataka.

Težište stručne prakse je na što samostalnijim i konkretnijim radnim doprinosima studenta na konkretnim poslovima u oblasti digitalnog biznisa i marketinga.

Što potpunijim uklapanjem u radnu sredinu, prihvatanjem radnih obaveza i odgovornosti, razvojem sposobnosti saradnje i timskog rada, student bi trebalo da upotpuni i bolje shvati ključne komponente profesionalnog marketinškog rada.

MG495 Završni rad:

Prijava završnog rada može se ostvariti nakon upisanog završnog semestra. Odbrani završnog rada može se pristupiti nakon položenih svih ispita predviđenih nastavnim planom.

KONTAKT I LOKACIJA



BEOGRAD

**Atraktivna lokacija
na obali Dunava**



NIŠ

**Atraktivna lokacija
u centru Biznis parka**

Univerzitet Metropolitan Beograd
Tadeuša Koščuška 63
11158 Beograd, Srbija
☎ +381 (11) 20 30 885
✉ info@metropolitan.ac.rs

Univerzitet Metropolitan Niš
Bulevar Svetog Cara Konstantina 80A
18116 Niš, Srbija
☎ +381 (18) 551 000
✉ info.nis@metropolitan.ac.rs

www.metropolitan.ac.rs