SLOVENSKO
OGRODJE
KVALIFIKACIJ

Magister marketinga in prodaje/magistrica marketinga in prodaje

Izbrane kvalifikacije

Skrbnik/skrbnica procesnih naprav-mehatronik/mehatroničarka	⊗
Diplomant medjezikovnih študij – angleščina (un) in .../diplomantka medjezikovnih študij – angleščina (un) in ...	⊗
Diplomirani germanist (un)/diplomirana germanistka (un)	⊗

Primerjaj označene Počisti

Ime kvalifikacije Magister marketinga in prodaje/magistrica marketinga in prodaje

Tip kvalifikacije Diploma druge stopnje

Vrsta kvalifikacije Izobrazba

Vrsta izobraževanja Magistrsko izobraževanje

Trajanje izobraževanja 2 leti

Kreditne točke 120 kreditnih točk

Vstopni pogoji

Vpis v prvi letnik je namenjen kandidatom, ki so zaključili visokošolski študijski program prve stopnje v obsegu 180 ECTS; in kandidatom, ki so zaključili triletni študijski program (pred bolonjskim sistemom) z ustreznih strokovnih področij (ekonomskih, poslovnih, upravnih in organizacijskih ved, sociologije, pravnih, političnih, družboslovnih ved, humanistike).
Kandidati za vpis v magistrski študijski program druge stopnje z drugih strokovnih področij opravijo dodatne študijske obveznosti v obsegu 12-15 kreditnih točk po ECTS, ki jih na podlagi predhodnih znanj določi Komisija za študentske zadeve.
Vpis v drugi letnik (po Merilih za prehode) je namenjen kandidatom, ki so zaključili univerzitetni študijski program prve stopnje v obsegu 240 ECTS; kandidatom, ki so zaključili štiriletni študijski program (pred bolonjskim sistemom), in kandidatom, ki so zaključili specialistične študijske programe z ustreznih strokovnih področij (ekonomskih, poslovnih, upravnih in organizacijskih ved, sociologije, pravnih, političnih, družboslovnih ved, humanistike).
Kandidati za vpis v magistrski študijski program druge stopnje po merilih za prehode iz drugih strokovnih področij opravijo dodatne študijske obveznosti v obsegu 12-15 kreditnih točk po ECTS, ki jih na podlagi predhodnih znanj določi Komisija za študentske zadeve.
Pogoje za vpis v magistrski študijski program druge stopnje izpolnjuje tudi, kdor je končal enakovredno izobraževanje v tujini.

ISCED področje

ISCED področje
Poslovne in upravne vede, pravo

ISCED podpodročje

isced podpodročje marketing in oglaševanje

Raven kvalifikacije

SOK 8
EOK 7
Druga stopnja

Učni izidi

Imetnik/imetnica kvalifikacije je zmožen/zmožna:

splošne kompetence:

- sposobnost razumevanja in analiziranja nenehno spreminjajočega se globalnega poslovnega okolja, njegovih priložnosti in izzivov;
- obvladovanje raziskovalnih metod in postopkov z uporabo analitičnih in programskih orodij v funkciji odkrivanja novih poslovnih priložnosti in oblikovanja ustreznih marketinških in prodajnih strategij;
- sposobnost uporabe informacijske tehnologije za učinkovito podporo pri upravljanju marketinških in prodajnih procesov;
- sposobnost analize kompleksnih problemov v zunanjem in notranjem okolju podjetja/organizacije in sinteze rešitev ter sprejemanja odgovornosti za predvidevanje, strateško načrtovanje in trajnostno rast podjetij/organizacij ;

- sposobnost strateškega in taktičnega načrtovanja, uporabe metod in orodij za implementacijo uspešnega in učinkovitega marketinga in prodaje;
- sposobnost mreženja in prepoznavanja ter razvoja poslovnih priložnosti;
- razvoj komunikacijskih in pogajalskih sposobnosti, sposobnost timskega dela in kritične (samo)refleksije;
- sposobnost obvladovanja sprememb in prilagajanja potrebam trga in zahtevam potrošnikov na podlagi stalnega evalviranja izdelkov/ storitev;
- sposobnost identificiranja priložnosti in izzivov trga in širšega poslovnega okolja ter strateškega uvajanja inovacij;
- sposobnost kreativnega spopadanja z izzivi globalnega marketinga in prodaje ter kreativnega razmišljanja za učinkovito reševanje poslovnih problemov;
- sposobnost analitičnega razmišljanja in družbeno odgovornega podjetništva, razumevanja interkulturnih vidikov, zavezanost etičnemu ravnanju ter visoki profesionalnosti.

Predmetno-specifične kompetence:

- sposobnost smiselne integracije in uporabe teoretičnih ter praktičnih znanj s področja poslovanja v mednarodnem okolju, ekonomije, menedžmenta za obvladovanje procesov marketinga in prodaje ter njihove interdisciplinarne uporabe s ciljem trajnostne rasti podjetja/ organizacije;
- razumevanje interdisciplinarnih in teoretičnih pristopov z uporabo raziskovalnih metod z razumevanjem trga, njegovih ekonomskih, pravnih, socialnih in kulturnih posebnosti;
- razumevanje obnašanja potrošnikov za prepoznavanje in oblikovanje poslovnih priložnosti ter konkurenčen razvoj izdelkov/storitev podjetja/organizacije;
- sposobnost za razumevanje in kritično analizo pri reševanju konkretnih poslovnih problemov na področju vodenja procesov marketinga in prodaje;
- sposobnost samostojnega načrtovanja, vodenja in evalviranja procesov ter uporabe učinkovitih orodij na področju menedžmenta marketinga in prodaje glede na potrebe trga ter konkurenčne prednosti izdelkov/storitev;
- sposobnost umeščanja novih informacij in interpretacij v širšem kontekstu uspešnega poslovanja ter učinkovitega marketinga in prodaje;
- sposobnost kreativnega spopadanja z izzivi globalnega poslovnega okolja z uporabo inovativnih metod in tehnik za ustvarjalno razmišljanje;
- sposobnost prenosa, prilagoditve in razvoja dobre prakse na področju marketinga in prodaje ter kreativnega upravljanja s človeškimi viri za uspešno prodajo;
- uporaba informacijske tehnologije za potrebe strateškega odločanja, izvajanja in evalviranja marketinških in prodajnih aktivnosti;
- sposobnost komuniciranja, lobiranja in pogajanja v mednarodnem in večkulturnem okolju;
- sposobnost razvoja in uveljavljanja blagovne znamke v domačem in mednarodnem okolju;
- sposobnost evalviranja in reflektiranja lastnega dela ter širjenja inovativnih praks za razvoj stroke.

Ocenjevalci

Uspeh na izpitu se ocenjuje z ocenami: 10 (odlično); 9 (prav dobro: nadpovprečno znanje, vendar z nekaj napakami); 8 (prav dobro: solidni rezultati); 7 (dobro); 6 (zadostno: znanje ustreza minimalnim kriterijem); 5–1 (nezadostno). Kandidat uspešno opravi izpit, če dobi oceno od zadostno (6) do odlično (10).

Ocenjevanje in zaključevanje

Uspeh na izpitu se ocenjuje z ocenami: 10 (odlično); 9 (prav dobro: nadpovprečno znanje, vendar z nekaj napakami); 8 (prav dobro: solidni rezultati); 7 (dobro); 6 (zadostno: znanje ustreza minimalnim kriterijem); 5–1 (nezadostno). Kandidat uspešno opravi izpit, če dobi oceno od zadostno (6) do odlično (10).

Napredovanje

Študent rednega študija lahko napreduje v drugi letnik, če zbere 42 KT prvega letnika. Študent izrednega študija lahko napreduje v drugi letnik, če zbere 33 KT prvega letnika.

Prehodnost

Doktorski študijski programi 3. stopnje (SOK: raven 10)

Pogoji za pridobitev javne listine

Študent, ki se je vpisal v drugostopenjski študijski program, dokonča drugostopenjski študijski program, ko opravi vse, s programom določene študijske obveznosti.

Izvajalci kvalifikacije

DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor

URL

https://www.fakulteta.doba.si/magistrski-programi/marketing-in-prodaja