

Табела 5.2. Спецификација завршног рада

| | | |
|---|--|--|
| Студијски програм: Мултиканална трговина | | |
| Врста и ниво студија: Студије другог степена - Мастер академске студије | | |
| Број ЕСПБ: 9 | | |
| услов одбране најмање 51 ЕСПБ | | |
| <p>Циљеви завршног рада: Циљеви израде и одбране мастер рада су да студент покаже умешност да знања и вештине стечене током студирања организује и прикаже на начин којим ће доказати спремност да их примени у практичном раду као компетентни мастер економиста.</p> | | |
| <p>Очекивани исходи: Студенти који заврше мастер академске студије овог програма ће:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стећи академска знања која се односе на теорије, принципе и процесе укључујући вредновање, критичко разумевање и примену у области мултиканалне трговине; - моћи да решавају сложене проблеме на иновативан начин који доприноси развоју у области сектора трговине; - управљају и воде сложену комуникацију, интеракцију и сарадњу са другима из различитих друштвених група, те примењују сложене методе, инструменте и уређаје релевантне за област мултиканалне трговине; - научити како да делују предузетнички и преузимају руководеће послове, како да самостално и са пуном одговорношћу воде најсложеније пројекте, како да планирају и реализују научна и/или примењена истраживања и како да контролишу рад и вреднују резултате других ради унапређивања постојеће пословне праксе. | | |
| <p>Општи садржаји: Мастер рад представља истраживачки рад студента, при чему, пре свега, савладава методологију истраживања у области примене мултиканалне трговине у економији. Након обављеног основног истраживања и проучавања литературе, студент припрема рад који је структурисан од увода, приказа мултиканалних трговинских области на коју се односи изабрана тема завршног рада, разраде резултата до којих је студент дошао с предлогом одлуке односно закључцима и преглед коришћене литературе. Теме у оквиру којих студент бира завршни рад су: стратегије канала маркетинга, електронски менаџмент односа са купцима, менаџмент ланца снабдевања, маркетинг садржаја, менаџмент квалитета, спољнотрговинске робне трансакције, имејл маркетинг и вишекритеријумско одлучивање. Након одбране мастер рада студент стиче звање мастер економиста, мултиканална трговина.</p> <p>Након завршетка рада заказује се јавна одбрана истог пред двочланом комисијом која и оцењује рад.</p> | | |
| <p>Методe извођења: Ментор предлаже студенту једну од тема специфичних за студијски програм. Теме се прихватају на одговарајућем Департману. У сарадњи с ментором и сарадником студент самостално врши истраживања за мастер рад. Након давања позитивне оцене од стране ментора и предаје рада, студент брани рад пред комисијом која се састоји од два члана, од којих је један ментор.</p> | | |
| Оцена (максимални број поена 100) | | |
| Квалитет истраживачког рада по оцени ментора: 20 | Квалитет завршног рада по оцени комисије: 60 | Квалитет одбране рада, по оцени комисије: 20 |