



**POSLOVNO  
VELEUČILIŠTE  
ZAGREB SCHOOL  
OF BUSINESS**

**USPJEH SE  
MOŽE NAUČITI**



# **MARKETING I KOMUNIKACIJE**

Preddiplomski stručni  
studij / Specijalistički  
diplomski stručni studij

## Impressum

### izdavač

Poslovno veleučilište Zagreb,  
Ul. grada Vukovara 68,  
10 000 Zagreb

/

### za izdavača

Lukša Lulić

/

### dizajn

Kuna Zlatica

/

### uredništvo

Sanja Rocco

Tanja Grmuša

Goran Luburić

/

### fotografije:

Arhiva PVZG

Studio Zelmanović

Fotograf D. Živčić

Zagreb ožujak 2019.

# SADRŽAJ

Uvodna riječ Dekana **2**

Misija i vizija **3**

O nama **4**

Što Vam nudimo? **5**

Zašto marketing i komunikacije? **8**

Program preddiplomskog stručnog studija **12**

Nastavnici **18**

Program specijalističkog diplomskog  
stručnog studija **22**

Terenska nastava i gostujuća predavanja **26**

O studiju, uvjetima upisa i školarini **34**

Studiranje uz rad **36**

# UVODNA RIJEČ DEKANA

Poštovane studentice i studenti, dragi roditelji, kao i svi zainteresirani, obraćam Vam se s namjerom da Vas поближе upoznam s našim studijskim programom i profesijama kojima je namijenjen, te s planovima Poslovnog veleučilišta Zagreb, kojemu ste ukazali svoje povjerenje, kao i mene osobno u ulozi Dekana ove institucije.

U akademskoj godini 2016./2017. obilježili smo deset uspješnih godina u obrazovanju, budući da je 2006. godine osnovana Visoka poslovna škola Zagreb, čiji je pravni sljednik Poslovno veleučilište Zagreb, te je upisana prva generacija naših studenata. U međuvremenu puno se toga promijenilo, a ova visokoškolska institucija raste i razvija se i dalje. Nakon pokretanja specijalističkog diplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija 2015. godine kao logičnog slijeda postojećeg preddiplomskog stručnog studija za naše studente koji su to željno iščekivali, ali i za sve zainteresirane studente drugih stručnih i sveučilišnih studija, nastavili smo razvoj novih studijskih programa (Menadžment i produkcija u kulturi, te Upravljanje opskrbnim lancima), što je rezultiralo činjenicom da smo u 2018. postali Poslovno veleučilište Zagreb.

U konačnici, naš je cilj kontinuirano podizati kvalitetu naših studijskih programa te postati vodeća visokoobrazovna institucija na ovim prostorima što grad Zagreb kao vlasnik očekuje od nas i u tome nas u potpunosti podržava.

Zahvaljujem na ukazanom povjerenju svima Vama koji ste upisali Poslovno veleučilište Zagreb kako biste obogatili svoje obrazovanje i stekli nova znanja te pozivam nove studentice i studente, one koji nastavljaju nakon srednjoškolskog obrazovanja, kao i one koji žele usavršiti svoja znanja uz rad, da nam se pridruže!

S poštovanjem

**Doc. dr. sc. Lukša Lulić**

Dekan Poslovnog  
veleučilišta Zagreb



/  
Cilj obrazovanja je  
“...uzdići se na visinu što veće  
znanstvene, estetske i etičke  
kulture – postati čovjek i živjeti  
kulturnim životom...”

**dr. sc. Albert Bazala**  
(1877. – 1947.)

Hrvatski filozof, osnivač POUZ-a  
(1907.)

# VIZIJA I MISIJA

## Vizija

Centar smo izvrsnosti u stvaranju stručnjaka sposobnih da, vodeći se najvišim stručnim, etičkim i osobnim vrijednostima, ostvaruju iznadprosječne rezultate, stvarajući novu vrijednost i pokrećući promjene u okruženju u kojem djeluju.

## Misija

Nudimo suvremene studijske programe kao odgovor na potrebe naših studenata i društva u kojem djelujemo, potičući naše studente i djelatnike da ostvare svoj puni potencijal. Čuvamo, stvaramo i širimo znanje u svim područjima svog djelovanja.

*/*  
*“Studirajući ovdje stekla sam mnoga nova znanja, potvrdila mnoga saznanja i, ono najvažnije, sve stečeno, u kratkome roku sam primijenila – od uspješne poslovne komunikacije, preko promocije i odgovornog marketinga do pisanja i predstavljanja stručnih radova jer dobra komunikacija temelj je uspješnog i odgovornog poslovanja.”*

**Katarina Plećaš, struč. spec. oec.**  
*voditeljica ureda HR PSOR-a i  
glavna urednica glasila  
Gospodarstvo i održivost*



# O NAMA

Na tržištu rada, kako hrvatskom, tako i na svjetskom, sve je veći interes za stručnjacima marketinga i komunikacija, a u Hrvatskoj je relativno mali broj visokih škola i veleučilišta koje osposobljavaju kadrove usmjerene u području marketinga i komunikacija. To je izrazito važno istaknuti, iz razloga što je u Hrvatskoj proces restrukturiranja gospodarstva vrlo prisutan, a tržište rada ne nudi kompetentne kadrove za upravljanje takvim tržišnim procesima, koji uz specijalizaciju traže usvajanje novih znanja i fleksibilnost u radu. Upravo je zato cilj ovog studijskog programa Poslovnog veleučilišta Zagreb obrazovati studente koji će pridonijeti uspješnijem poslovanju u području marketinga i komunikacija. To je ocijenilo i Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa koje je 11. listopada 2006. izdalo Dopusnicu Visokoj poslovnoj školi Zagreb s pravom javnosti, prethodnici Poslovnog veleučilišta Zagreb za obavljanje djelatnosti i izvođenje preddiplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija. Nadalje, 19. svibnja 2015. izdana je dopusnica za izvođenje specijalističkog diplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija, čime je ovaj studijski program u potpunosti zaokružen. Prilikom izrade obrazovnog programa proučeni su i uspoređeni programi hrvatskih sveučilišta, prvenstveno ekonomskih fakulteta i visokih škola usmjerenih prema poslovnoj ekonomiji, kao i politoloških te novinarskih fakulteta. Također, analizirani su i programi renomiranih visokih učilišta iz zemalja Europske unije. Programi su usklađeni s principima Bolonjske deklaracije koja je prihvaćena u većem dijelu Europe kao vodeća politika u razvoju visokoškolskih institucija, ali i kao okosnica promjene postojećih osnovanih obrazovnih institucija. Nakon uspješnog završetka preddiplomskog stručnog studija studenti Poslovnog veleučilišta Zagreb stječu naziv *stručni prvostupnik/stručna prvostupnica marketinga i komunikacija*. Nakon završetka specijalističkog diplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija stječe se naziv *stručni specijalist/stručna specijalistica marketinga i komunikacija* (struč. spec. oec.). Osim preddiplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija, u ponudi je i preddiplomski stručni studij Menadžmenta i produkcije u kulturi, te preddiplomski stručni studij Upravljanje opskrbnim lancima.

*I*  
 “VPŠZ (danas PVZG) sam upisao po preporuci prijatelja i nisam požalio ni jedne sekunde od 5 godina provedenih ovdje pa bih svakom preporučio isto. Dalo je to lijep okvir mom praktičnom znanju, a svakako čini i jedno novo iskustvo. Osobito mi se svidio pristup koji predavači imaju i koji je maksimalno prilagođen studentima. Naglasak je na praktičnoj primjeni znanja, a ne toliko na učenju nepotrebne materije kako zna biti slučaj na drugim školama. Studij je u svakom pogledu ispunio moja očekivanja. Zapravo, ovdje svatko dobije upravo ono po što je došao. Drugačiji ishod nije moguć.”

**Krešimir Horvatinčić,**  
**struč. spec. oec.**

*Voditelj marketinga  
 Hoto Grupa d.o.o.*



# ŠTO VAM NUDIMO?

Poslovno veleučilište Zagreb provodi prediplomski stručni studij, koji traje tri godine, te se njegovim završetkom stječe **180 ECTS** bodova i akademski naziv stručni prvostupnik/stručna prvostupnica odnosno *baccalaureus/baccaluarea* marketinga i komunikacija, kao i specijalistički diplomski stručni studij koji traje dvije godine, a nakon završetka se stječe **120 ECTS** bodova i akademski naziv stručni specijalist/stručna specijalistica marketinga i komunikacija (struč. spec. oec.). Studij se izvodi kao redoviti i izvanredni.

Školovanje se provodi sukladno načelima Bolonjske deklaracije, što omogućava studentima prijelaz na druge komplementarne studije u Hrvatskoj i u inozemstvu. Poslovno veleučilište Zagreb sudjeluje u programu Erasmus+ od 2014. godine, čime su otvorene veće mogućnosti mobilnosti studenata i nastavnika.

Specifičnost ovog studija leži u interdisciplinarnom pristupu koji povezuje i integrira marketinšku disciplinu kao ekonomsku znanost te komunikološku kao komunikacijsku znanost vezujući pri tome profesije marketinga, odnosa s javnošću, medija i novinarstva. Uspjeh studijskog programa orijentiran je na viziju integrirane komunikacije u poduzećima, ali i prema javnim institucijama, kao i u neprofitnom sektoru.



## Lokacija Zagreb

Poslovno veleučilište Zagreb svoje sjedište ima u samom poslovnom središtu grada, u srcu 'Sveučilišne aleje', okruženo obrazovnim i poslovnim institucijama, što predstavlja prirodni okoliš za budućeg poslovnog čovjeka.

## Lokacija Sesvete

Osim na lokaciji u Zagrebu, dva prediplomska studijska programa, Marketing i komunikacije te Upravljanje opskrbnim lancima (Gospodarska logistika) izvode se i na novoj lokaciji, u Sesevskoj gimnaziji, kako bi stanovnici istočnog kraja grada Zagreba imali bolje mogućnosti visokoškolskog obrazovanja.

## Knjižnica

Studentima je na raspolaganju knjižnica s 35 000 naslova, od kojih je dvije trećine znanstvenih i stručnih knjiga, a fond se kontinuirano popunjava novom literaturom za potrebe naših studijskih programa.



Poslovno veleučilište Zagreb  
ponosno nosi **Superbrands** znak

*“Upravo je studijski program manager marketinga i komunikacija bio moj glavni razlog studiranja na VPŠZ-u (danas PVZG). Za razliku od svih ostalih fakulteta, nudio je jedinstveni program koji me je odmah privukao. Stečena znanja i vještine uvelike su mi pomogle u mom osobnom, ali i poslovnom razvoju, okruženju i karijeri. Susretljiv odnos profesora prema studentima, ali i svih kolega međusobno je poseban, usudio bih se reći primjer pravog zajedništva i obitelji. Odluka studiranja baš ovdje bila je ključna stvar i velika prekretnica u mom životu, stoga moram priznati da je studij nadmašio sva moja očekivanja te da sam vrlo zadovoljan.”*

**Filip Subašić, bacc. oec.**



*“Poslovno veleučilište Zagreb s ponosom nosi oznaku Superbrands za prepoznatljivost ove obrazovne institucije na hrvatskom tržištu. Riječ je o neovisnom načinu certificiranja koji promiče kulturu brendiranja, a vrijednost selektiranih brendova procjenjuje neovisno Stručno vijeće koje broji 58 članova. Pri vrednovanju, posebna pozornost se posvećuje ukupnom imidžu, prepoznatljivosti i emocijama koje PVZG kao brend pobuđuje u javnosti. U sklopu marketinških aktivnosti PVZG tijekom 2017. godine posebno je zapažen slogan “Kultura means business” našeg studijskog programa Menadžmenta i produkcije u kulturi, a kampanja je 2018. nastavljena uz simpatični vizual bakalara koji simbolizira prvostupnike ili baccalaureuse. PVZG je partner Styrijinog projekta Hrvatska pamet Hrvatskoj za poticanje kreativnosti među studentima te je član Liderovog Studentskog kluba.”*

**mr.sc. Sanja Rocco, v.pred.**

*Odnosi s javnošću PVZG*



# Studirajte i u Sesvetama

Od jeseni akademske godine 2017./2018. Poslovno veleučilište Zagreb započelo je s izvođenjem nastave preddiplomskih stručnih studija 'Marketinga i komunikacija' te 'Upravljanje opskrbnim lancima' i u Sesvetama. Studenti pohađaju nastavu u zgradi sesvetske gimnazije, na adresi Bistrička 7, dijeleći prostor s glazbenom školom 'Zlatka Grgoševića' u prekrasnom prirodnom okruženju i mirnoj sredini.



*“Sesvete su prema brojčanim pokazateljima najveća gradska četvrt, ali i dio metropole kojoj nedostaje odgovarajućih sadržaja poput visokoškolskih institucija čime bi se lokalnom stanovništvu, ali i ljudima iz okolnih mjesta omogućilo obrazovanje u sredini u kojoj žive. To je prepoznala i time se vodila Uprava Poslovnog veleučilišta Zagreb kada je donosila odluku o pokretanju svojih studijskih programa u Sesvetama”.*

**Marija Baričević, dipl. iur.**  
Glavna tajnica i članica Upravnog vijeća Poslovnog veleučilišta Zagreb





# ZAŠTO MARKETING I KOMUNIKACIJE?

Komunikacija je jedna od temeljnih ljudskih potreba te važan čimbenik u izgradnji odnosa, kako u privatnoj sredini, tako i u poslovnoj. Riječ je o dinamičnom procesu u čijem su središtu komunikacijske vještine sudionika neophodne u izgradnji vlastitog i organizacijskog imidža, ali i u osvajanju sve zahtjevnije publike neovisno o tome gdje se ona nalazila. Novi mediji i nove tehnologije značajno su utjecali na kvalitetu komuniciranja, ali i promijenili postojeće komunikacijske uloge, jačajući pri tome dvosmjernu komunikaciju. Najviše se to osjeti u medijima u kontekstu stvaranja medijskog sadržaja, što dovodi do preispitivanja profesionalnih standarda profesije. Također, mogućnost samostalnog upravljanja komunikacijom i reputacijom na digitalnim platformama redefinira i postojeće modele odnosa s medijima i odnosa s javnostima.

Istodobno, s porastom raznih oblika manipulacije u medijima, raste i potreba za novim obrazovnim konceptima poput medijske i informacijske pismenosti kojima je cilj osnažiti sve (su)dionike komunikacijskog procesa i učiniti ih kompetentnijima. S druge strane, razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija transformirao je i suvremeno poslovanje. Upravljanje organizacijama traži multidisciplinarni pristup u čijem su središtu temeljna znanja iz ekonomije, menadžmenta, poduzetništva i marketinga koja pomažu u praćenju intenzivnih društvenih promjena te prilagodbi poslovanja novim tržišnim uvjetima. Važno je planirati i strateški promišljati put proizvoda i usluga do potrošača odnosno publike, a tomu prethode iscrpne analize upravljanja, zatim tržišta i konkurenata. Nadalje, proučavanje promjena u ponašanju potrošača i publike predstavlja ključan čimbenik razumijevanja njihovih potreba, a sve s ciljem optimizacije marketinških planova koji nastoje stvoriti dodanu vrijednost, ali i potrebu za proizvodima, uslugama ili idejama jer marketing je široko primjenjivo područje.

U potrazi za novim idejama veliki se naglasak stavlja na poticanje kreativnosti kod zaposlenika i njihovim osnaživanjem unutar organizacija, a sve s ciljem kreiranja motivirajuće organizacijske kulture i boljih uvjeta poslovanja.



Ljudi predstavljaju najveću snagu svake organizacije, a njihovo zajedništvo odražava se i na odnose s klijentima, stoga su učinkoviti ljudski potencijali pretpostavka za uspješno poslovanje, ali i jedan od najvećih izazova suvremenih menadžera. Onaj koji radi na dobrobit organizacije, ali i zajednice u kojoj djeluje, onaj koji zna zatamiti vlastiti ego, onaj koji zna prihvatiti kritiku, onaj koji dobro poznaje svoj tim i onaj koji zna slušati druge oko sebe, ima sve karakteristike modernoga lidera.

Takve lidere pokušavamo obrazovati na preddiplomskom stručnom i specijalističkom diplomskom stručnom studiju Marketinga i komunikacija na Poslovnom veleučilištu Zagreb, prvom takvom integriranom stručnom studiju u Republici Hrvatskoj. Studij Vas priprema za rad u dinamičnom, izazovnom, heterogenom okruženju u nacionalnim i multinacionalnim organizacijama, marketinškim i komunikacijskim agencijama, medijima, državnim i privatnim institucijama, udrugama itd. Donesite najbolju odluku za sebe, za Vaš osobni i profesionalni razvoj, te nam dopustite da Vas na tom putu pratimo i pokažemo Vam da se uspjeh može naučiti.

**dr. sc. Tanja Grmuša**

*Voditeljica Katedre Marketinga  
i komunikacija*

/  
*“Najbrže ide onaj koji zna  
kamo ide.”*

**Tudor, Rijavec, Zarevski,  
2009: 10**

*Menadžerska učinkovitost 360  
[stupnjeva]: dobar menadžer sam  
sebi*

/  
*“Mašta je važnija od znanja. Jer  
znanje je ograničeno, dok mašta  
obuhvaća cijeli svijet i potiče  
napredak, rađajući evoluciju.”*

**Albert Einstein,**  
*Genijalne misli, 2010: 10*







*“Ured prodekanice za stručni i znanstveni rad jest središnje mjesto koordinacije poslova vezanih za poticanje i organiziranje znanstvene, stručne i kulturne djelatnosti Poslovnog veleučilišta Zagreb u Hrvatskoj i na međunarodnoj razini. Kao visokoobrazovna i znanstvenostručna institucija Veleučilište teži izvrsnosti u kvaliteti te prepoznatljivosti i priznanju svoga znanstvenog, stručnog i kulturnog djelovanja. Poslovno Veleučilište Zagreb vodi se načelom osiguravanja kvalitetnog obrazovanja i učenja, potiče cjeloživotno učenje i kreativnost te brine o svojim studentima koji kroz studentsku praksu i predavanja relevantnih stručnjaka objedinjuju teorijski i praktični sadržaj studiranja. Koncept izvođenja nastave i pristup studentima na Veleučilištu prije svega njeguje individualan pristup koji omogućuje svakom studentu da se osjeća jedinstvenim.”*

**Dorotea Milas, mag. phil. et mag. rel.,**  
Prodekanica za znanstveni i stručni rad



# PROGRAM PREDDIPLOMSKOG STRUČNOG STUDIJA

**Obvezni opći kolegiji -  
smjer M&K**

**Smjer Marketing ili  
Komunikacije**

## 1. godina

### SEMESTAR: I

Osnove ekonomije

Osnove menadžmenta

Komunikologija

Medijska komunikacija

### SEMESTAR: II

Osnove marketinga

Metodologija pisanja seminara i  
završnog rada

Poslovno računovodstvo

Osnove poduzetništva

Poslovni engleski 1 (početni/napredni)

Osnove jezične pismenosti

Organizacija poduzeća

Odnosi s javnošću

## 2. godina

### III. SEMESTAR

Promocija (M&K)

Poslovna i komunikacijska etika (M&K)

Suvremena poslovna  
komunikacija (M&K)

Uvod u međunarodne odnose (M&K)

Poslovni engleski 2  
(početni/napredni) (M&K)

Izravni marketing (M)

Krizno komuniciranje (K)

### SEMESTAR: IV

Odnosi s medijima (M&K)

Uvod u digitalni marketing (M&K)

Informacijske tehnologije u  
poslovanju (M&K)

Stručna praksa (M&K)

Proizvod i dizajn (M)

Poslovne financije (M)

Elektronički mediji (K)

Retorika (K)

## 2. godina

### Popis izbornih predmeta

Marketing usluga

Korporacijska kultura

Osnove statistike

Fundamentals of Marketing

Osnove sociologije

Obrada teksta i slike

Tijekom studija na Poslovnom veleučilištu Zagreb, naši studenti mogu proširiti svoje znanje iz područja marketinga i komunikacija odabranim izbornim predmetima koji svakom studentu omogućuju specijalizaciju u određenom polju.

## Smjer Marketing ili Komunikacije

### 3. godina

#### SEMESTAR: V

Suvremeni ekonomski, politički i medijski procesi (M&K)

Strateški management (M&K)

Istraživanje tržišta i javnog mnijenja (M&K)

Ponašanje potrošača (M)

Poslovni marketing (M)

Organizacija događaja (K)

Vizualne komunikacije (K)

#### SEMESTAR: VI

Poslovno planiranje (M&K)

Osnove korporativnih komunikacija (M&K)

Marketing društvenih medija (M&K)

Međunarodni marketing (M)

Marketinško upravljanje (M)

Političko komuniciranje (K)

Medijski menadžment (K)

Završni rad (M&K)

### 3. godina

#### Popis izbornih predmeta

Tiskani mediji

Business Intelligence

Marketing u kulturi

Baze podataka

Vještina pregovaranja

Trgovačko pravo

Medijski trening

Osnove njemačkog jezika

Marketing u maloprodaji

Promotion and Design – Cases

Upravljanje ljudskim potencijalima

Kreativno razmišljanje

Konkurentnost gospodarstva

Komercijalizacija emocija u sferi marketinga

U smislu podizanja kvalitete nastavnog procesa i prilagodbe programa u cilju internacionalizacije, 16 kolegija izvodi se na engleskom jeziku, za potrebe studentske razmjene u sklopu Erasmus + programa.

## Kolegiji na engleskom jeziku

Osnove ekonomije / Principles of Economics

Konkurentnost gospodarstva /Competitiveness of the Economy

Promocija / Promotion

Kreativno razmišljanje / Creative Thinking

Strateški menadžment / Strategic Management

Fundamentals of Marketing

Komunikologija / Communication Studies

Tisak / Print Media

Ponašanje potrošača / Consumer Behaviour

Hrvatski za početnike / Croatian Language for Beginners

Sociologija / Sociology

Poslovna i komunikacijska etika/ Business and Communication Ethics

Medijska komunikacija/ Media Communication

Promotion & Design Workshop

Izravni marketing / Direct Marketing

Računovodstvo / Managerial Accounting

/

*Thanks to the Zagreb School of Business I had an amazing semester abroad. I learned a lot of interesting things, met new people from Croatia and all over the world, saw many attractions and lived in this beautiful city. From the first day until the end of my semester, I felt welcome and in good hands at the university. I am happy to have these memories and experiences.*

**Melina Moore,**  
Ludwigshafen University of  
Applied Sciences  
Erasmus+ program 2017/2018.



# Stručna praksa

/

*“Koncept izvođenja nastave i pristup studentima na PVZG prije svega njeguje individualan pristup koji omogućuje svakom studentu da se osjeća jedinstvenim. Kroz sustav obvezne stručne prakse studenti se, već na početku studiranja, povezuju s tržištem rada što značajno utječe na daljnji razvoj njihovih karijera te na razvijanje njihovih praktičnih vještina. Možemo istaknuti da smo potpisali velik broj partnerskih sporazuma s različitim institucijama, tvrtkama, udrugama i korporacijama na području marketinga, medija, kulture te je svaka partnerska institucija specifična i na svoj način doprinosi razvijanju praktičnih vještina naših studenata.”*

**Dorotea Milas,**  
**mag. phil. et. mag. rel.**  
Voditeljica centra za savjetovanje,  
razvoj karijere i stručnu praksu







*“Poslovno veleučilište Zagreb procesom internacionalizacije povećava razinu kvalitete nastave svih studijskih programa. Studentima se nudi mogućnost, prvenstveno kroz Erasmus+ program, ali i druge oblike međunarodne suradnje, obaviti stručnu praksu u inozemstvu ili pak studirati jedan semestar na nekom od inozemnih studija.*

*Iskustvo boravka u drugoj zemlji, osim što donosi pozitivne pomake na individualnoj razini, također povećava mogućnosti za zapošljavanje kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu rada.”*

**Dr. sc. Željka Zavišić**  
prodekanica za mobilnost i  
međunarodnu suradnju



*“Često volim reći kako je upis na Poslovno veleučilište Zagreb moja najbolja investicija. Iza mene je međunarodna razmjena u Ludwigshafen am Rhein (Njemačka), ljetna škola u Pekingu (Kina), sudjelovanje na Danima komunikacija u Rovinju i brojne druge prilike. Posebno bih pohvalio profesore jer im je stalo do studenata i njihovog mišljenja. Naše veleučilište prepoznalo je potrebu ugostiti uspješne ljude iz struke koji vlastitim primjerima nama studentima dočaravaju stvarni svijet marketinga i komunikacija.”*

**Filip Bunjevac, bacc. oec.**



# NASTAVNICI



Doc. dr. sc. **Tanja Grmuša** viši je predavač te voditeljica Katedre za marketing i komunikacije Poslovnog veleučilišta Zagreb. Magistrirala je komunikologiju i kroatologiju na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu. Doktorirala je na poslijediplomskom doktorskom studiju informacijskih i komunikacijskih znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Na Poslovnom veleučilištu Zagreb predaje komunikacijske i metodološke kolegije. Sudjelovala je na domaćim i međunarodnim konferencijama te je objavila nekoliko znanstvenih radova. Urednica je Zbornika radova dviju znanstvenih i stručnih konferencija "Fedor Rocco", održanih 2013. i 2016. godine. Također, koautorica je elektronskog udžbenika *Metodologija izrade seminarskih i završnih radova*.



Dr. sc. **Željka Zavišić** profesorica je visoke škole te prodekanica za mobilnost i međunarodnu suradnju Poslovnog veleučilišta Zagreb. Diplomirala je i magistrirala na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Osijeku, a zatim je stekla doktorat iz područja marketinga. Radila je kao suradnik u nastavi na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Veleučilištu u Vukovaru, te kao predavač na Veleučilištu u Slavanskom Brodu. Na Poslovnom veleučilištu Zagreb predaje marketinšku grupu predmeta. Autorica je više od desetak znanstvenih i stručnih radova iz područja interesa, te elektronskog udžbenika *Osnove marketinga* u izdanju matične institucije.



**Goran Luburić**, mag. oec., prodekan je za nastavu i studente Poslovnog veleučilišta Zagreb te viši predavač na Katedri za marketing i komunikacije Poslovnog veleučilišta Zagreb. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu dva smjera: financije i marketing te nastavio doktorski studij. Tijekom studija osvajao je nagrade na studentskim CSC natjecanjima iz polja ekonomije i informatike. Koordinator je mnogih poslovnih procesa na Poslovnom veleučilištu Zagreb iz područja struke. Začetnik je i voditelj Kreativnog odjela studenata Poslovnog veleučilišta Zagreb brendiranog pod nazivom "Promotion 3sto7" u kojemu studenti imaju priliku raditi marketinške kampanje interno za školu, kao i za eksterne klijente.



**Dorotea Milas**, mag. phil. et mag. rel., predavač je na Katedri za marketing i komunikacije te prodekanica za znanstveni i stručni rad i voditeljica Centra za stručnu praksu i razvoj karijere Poslovnog veleučilišta Zagreb. Na Filozofskom fakultetu Družbe Isusove Sveučilišta u Zagrebu diplomirala je studij filozofije i studij religijskih znanosti te stekla akademski naziv magistre filozofije i magistre religijskih znanosti. Polaznica je Poslijediplomskog doktorskog studija filozofije na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu. Istraživački interesi su joj na području filozofije (etika), religijskih znanosti, komunikologije i kulturologije. Sudjelovala je na domaćim i međunarodnim znanstvenim i stručnim skupovima, te je objavila nekoliko znanstvenih i stručnih radova. Članica je Matice hrvatske i Hrvatskog filozofskog društva.



Mr. sc. **Neven Šipić** viši je predavač na Katedri za marketing i komunikacije Poslovnog veleučilišta Zagreb i Erasmus koordinator. Završio je dva preddiplomska studija iz Ekonomije i Geografije na Saint Cloud State University. Magisterij znanosti stekao je 2010. godine na studiju Ekonomije, smjer Turizam na University of Nevada, Las Vegas. Asistentske dužnosti obnašao je na University of Nevada u Las Vegasu, te na Pomorskom fakultetu u Splitu. Kao student, dobitnik je više stipendija i nagrada. Radno iskustvo stjecao je i izvan akademskog svijeta, u hotelskom menadžmentu. Autor je više od desetak znanstvenih radova, te koautor elektronskog udžbenika *Metodologija pisanja seminara i završnog rada* i elektronske skripte *Osnove poduzetništva*.



Mr. sc. **Sanja Rocco** viši je predavač na Katedri za marketing i komunikacije, članica *Upravnog vijeća*, te voditeljica Katedre *Menadžmenta i produkcije u kulturi* te nositeljica više kolegija. Diplomirana arhitektica s dugogodišnjom praksom na području komunikacijskog dizajna, s brojnim nagradama, aktivno se niz godina bavila dizajnerskom profesijom, među ostalim i kao potpredsjednica međunarodnog savjeta dizajnera Ico-D. Stekla je znanstveni magisterij iz područja marketinga na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Kao apsolvant doktorskog studija Ekonomsko-poslovnog fakulteta Sveučilišta u Mariboru proučava temu dizajnerske orijentacije u okviru marketinga. Objavila je elektronski udžbenik *Upravljanje proizvodom, kreiranje marke i dizajn*, te niz znanstvenih i stručnih članaka iz područja svojeg interesa – upravljanje dizajnom i inovacijama, primjena kreativnog razmišljanja, te branding i vizualne komunikacije.



**Dr. sc. Tomislav Ivančević, dipl. oec.,** profesor je visoke škole na Poslovnom veleučilištu Zagreb. Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Objavio je 18 znanstvenih i stručnih radova. Prvi je zaposlenik Visoke poslovne škole Zagreb, aktivno je sudjelovao u procesu njenog osnivanja i inicijalne akreditacije. Bio je voditelj Povjerenstva za reakreditaciju VPŠZ-a provedene 2015. godine, član povjerenstva za procese reakreditacije Vijeća veleučilišta i visokih škola u RH koje je imenovala AZVO, te član radne skupine za izradu Hrvatskog kvalifikacijskog okvira (HKO). Obnašao je dužnosti člana Upravnog vijeća VPŠZ-a, prodekana za nastavu i studente te pročelnika katedre za marketing. Osim toga, obnašao je i niz rukovodećih dužnosti u gospodarstvu RH.



**Predrag Čudina, prof.,** viši je predavač na Poslovnom veleučilištu Zagreb od osnutka institucije. Voditelj je Katedre Upravljanja opskrbnih lanaca. Predavao je više stručnih kolegija na Veleučilištu Vern, Berufsakademie Nordhessen, Gea College Ljubljana te na Visokoj poslovnoj školi PAR u Rijeci. Dugogodišnji je tajnik Društva za zaštitu Plitvičkih jezera. Predsjednik CROMAR-a (nacionalne marketinške udruge) bio je od 2000. do 2002., a član je i Hrvatskog društva za operacijska istraživanja. Studirao je na zagrebačkom i bečkom sveučilištu, te na Sveučilištu u Mainzu i Amsterdamu. Tijekom profesionalne karijere obnašao je više menadžerskih pozicija na Zagrebačkom velesajmu nakon čega slijedi njegova poduzetnička faza. Autor je više stručnih radova te dviju knjiga: *Uvod u poslovno planiranje* i *Uvod u poslovnu logistiku*.



**Lidija Ivanda,** mag. art., asistentica je u nastavi na više kolegija vezanih uz marketing, poduzetništvo i produkciju u kulturi. Diplomirala je na Akademiji dramskih umjetnosti u Zagrebu, na odsjeku za Film, TV i Kazališnu produkciju. Doktorski je kandidat za područje Izvedbenih i vizualnih umjetnosti na Odsjeku Kulturologije Sveučilišta J. J. Sytrossmayera u Osijeku. Direktorica je produkcijske kuće Ars septima d.o.o. i umjetnička voditeljica Teatar Erato. Producira filmove i kazališne predstave, organizira edukativne radionice te ljetne interdisciplinarnе škole u Grožnjanu. Dugogodišnja je suradnica Hrvatske radiotelevizije. Članica je Hrvatske udruge producenata, Hrvatskog društva dramskih umjetnika, Hrvatskog društva filmskih djelatnika te U.S. Alumni zajednice Hrvatska.



# PROGRAM SPECIJALISTIČKOG DIPLOMSKOG STRUČNOG STUDIJA

## Uvjeti upisa na studij

Završen preddiplomski studij s ostvarenih najmanje 180 ECTS bodova ili viša stručna sprema izjednačena sa stručnim nazivom prvostupnik/ica.

## Trajanje studija

4 semestra

## Ukupan broj bodova

120 ects

## Akademski/stručni naziv

Završetkom studija stječe se akademski naziv stručni/stručna specijalist/specijalistica marketinga i komunikacija

**(struč. spec. oec.).**

## Opis studijskog programa

Specijalistički diplomski stručni studij marketinga i komunikacija strukturiran je semestralno i ustrojava se u četiri semestra, odnosno dvije godine studija. Studij je sadržajno strukturiran kroz obvezne i izborne kolegije, a sastoji se od 14 obveznih i 6 izbornih kolegija, te dva praktikuma i završne izrade diplomskog rada. Obvezni predmeti predstavljaju nužna znanja koja uvode studenta u znanstveno odnosno stručno područje marketinga i komunikacija, usmjeravaju ga k upravljanju i stvaraju osnovu za stvaranje globalne vizije marketinške i komunikacijske strategije. Obvezni kolegiji čine 52 % opterećenja studenata mjereno kroz ECTS bodove.

Prvi semestar studija sastoji se isključivo od obveznih kolegija koji daju temeljna znanja iz studijskog područja, a nadograđuju se i kroz obvezne kolegije drugog semestra studija koji daju okvir specijalističkim kompetencijama. Također, student u drugom semestru izabire dva izborna predmeta. Studentu se kroz obvezne kolegije u trećem semestru studija naglasak stavlja na stjecanje specijalističkih kompetencija, te ga se osposobljava za samostalan istraživački i znanstveni rad. U trećem i četvrtom semestru studija student bira po dva izborna kolegija, s tim da je održavanje logičke strukture programa (usmjerenje od temeljnog ka specijalističkom) osigurano kroz preduvjete za upis pojedinih kolegija.

Dva praktikuma, na prvom i drugom godini studija, koje provode mentori - stručnjaci iz realnog sektora, osiguravaju relevantnost stečenih kompetencija i provjeravaju ishode učenja programa u praksi već tijekom njegova izvođenja. Zaključno, student u četvrtom semestru studija, uz mentorstvo nastavnika Poslovnog veleučilišta Zagreb piše diplomski rad čijom obranom završava studij.

Uvjeti upisa studenta u višu godinu studija su:

- / Potpis nastavnika svih predmeta studijskog programa prethodne godine studija
- / Položeni ispiti s ukupno ostvarenih 48 ECTS bodova u prethodnoj akademskoj godini.

## Specijalistički Diplomski stručni studij marketinga i komunikacija

# 1. godina

### SEMESTAR: I

Content marketing i online PR

Strategije marketinga

Međunarodno poslovanje

Ekonomika EU

Javni nastupi

### SEMESTAR: II

Marketing malih i srednjih poduzeća

Praktikum 1

Istraživačke metode u marketingu i komunikacijama

Upravljanje prodajom

Izborni kolegij 1

Izborni kolegij 2

### Popis izbornih predmeta

Društveno odgovorno poslovanje

Upravljanje odnosima s medijima

Upravljanje dizajnom i inovacijama

Poslovna sigurnost

Upravljanje digitalnim kampanjama

Integrirano marketinško komuniciranje

Izazovi umjetne inteligencije

# 2. godina

### SEMESTAR: III

Upravljanje markama - branding

Metode istraživanja i znanstvenog rada

Metrika i optimizacija u digitalnom marketingu

Strategije upravljanja odnosima s javnošću

Izborni kolegij 3

Izborni kolegij 4

### SEMESTAR: IV

Odnosi s klijentima i upravljanje kvalitetom

Izborni kolegij 5

Izborni kolegij 6

Praktikum 2

Diplomski završni rad

Politički marketing i komunikacije

Potrošačka kultura

Upravljanje cijenama

Poslovna logistika

Marketing u turizmu

Poslovno komuniciranje i protokol

Marketing FMCG kompanija



## Završetak studija

Studij završava polaganjem svih ispita, izvršenjem ostalih obaveza te izradom i obranom završnog diplomskog rada. Diplomskim radom student pokazuje da je sposoban primijeniti stečena znanja i vještine na razini ishoda učenja odnosno stručnog zvanja koje stječe. Opterećenje diplomskog rada iznosi 12 ECTS bodova, odnosno studentu je potrebno 360 sati samostalnog i mentorskog rada za njegovu izradu.



“Studij nudi jedinstven spoj različitih perspektiva i pristupa obrazovanju, od stručnih i znanstvenih do kreativnih i inovativnih. Stečena znanja primjenjiva su u praksi i otvaraju velike mogućnosti za buduću karijeru. Program nudi nadogradnju specifičnih znanja iz područja marketinga i komunikacija te obuhvaća i ostala područja suvremenog poslovanja. Gradivo je „svjež“ i aktualno, a studente se prvenstveno uči razmišljati i na taj način pripremiti za razne izazove. Na poslu sam dobila promaknuće. Trenutno radim kao viši stručni savjetnik u odjelu za projekte, razvoj i zdravstvene tehnologije u Hrvatskom zavodu za hitnu medicinu. Stečeno znanje primjenjujem u praksi i pripremam se za buduće poslovne izazove.”

**Vedrana Anđelić,**  
struč. spec. oec.

Hrvatski zavod za hitnu medicinu



“Naše studente učimo razumijevanju svih procesa unutar raznih gospodarskih subjekata kao i vještinama stvaranja dodane vrijednosti u svrhu lakšeg snalaženja u realnim okolnostima tržišta rada te primjene stečenih znanja.”

**Goran Luburić, mag. oec.**

v.d. prodekan za nastavu i studente  
Poslovnog veleučilišta Zagreb



“S obzirom na to da komunikacija s ljudima predstavlja osnovu moga posla, željela sam proširiti i usavršiti znanja koja bih mogla upotrijebiti u svakodnevnom ophođenju s klijentima. Stečena znanja i vještine tijekom studiranja na PVZG-u omogućili su mi unaprjeđenje komunikacije i rezultata u poslovnom kontekstu, ali i u svakodnevnom ophođenju s ljudima koji me okružuju. Govor je nešto što naučimo kao djeca. Komunikacija je vještina koju razvijamo kroz život. Budući da u svom poslu svakodnevno komuniciram s ljudima, željela sam usavršiti svoje komunikacijske vještine, u tom smislu program PVZG-a činio se idealnim. Studijem komunikacija na PVZG-u stekla sam znanja i vještine koje su mi omogućile da svakim danom budem bolja u poslovnoj, ali i privatnoj komunikaciji.”

**Mladenka Gavrilović,**  
struč. spec. oec.

Voditelj odjela podrške korisnicima  
A2B Express Logistika d.o.o.



# TERENSKA NASTAVA I GOSTUJUĆA PREDAVANJA

Kako bismo studentima što više približili razne načine poslovanja i probleme s kojima će se suočavati u praksi, redovito ugošćujemo predavače s puno iskustva na teme vezane uz kolegije tijekom svakog semestra, ali također osiguravamo našim studentima sudjelovanja na terenskoj nastavi.

## Terenska nastava

### Marketinška agencija BBDO

Luka Duboković, izvršni direktor BBDO-a Zagreb uveo je studente Poslovnog veleučilišta Zagrebu u prostorije Agencije, te pokazao kako praksa izgleda u stvarnosti. Kolegij „Komercijalizacija emocija u marketingu“ ovim obilaskom donio je studentima dublji uvid u prirodu posla, te približio kolegij na još uspješniji način studentima.

BBDO Zagreb, agencija je koja okuplja vjerne suradnike, čija se suradnja proteže kroz niz godina, i uredno nastavlja, ostavljajući iza sebe odnos povjerenja i kvalitetnog kadra. Za Hrvatsku je važno reći kako se putem marketinških kampanja ona otiskuje daleko u ostale zemlje svijeta, pritom pokazujući svoje autentične vrijednosti. Agencija posluje na prostoru Hrvatske već više od 20 godina, te je prva strana agencija u

našoj zemlji. U svijetu posluje sa još 80 zemalja, kroz 300 ureda.

Rad u BBDO agenciji podijeljen je na više odjela, a središnja točka je „Kreativa“, koja na sebe nadovezuje Strateško planiranje, Odjel za komunikaciju s klijentima, DTP animaciju - kreativna u produkciji, PR - Social Media, zakup medijskog prostora i organiziranje medija, te Admin - administracijske korake u agenciji. Sva navedena područja jednako su važna, utječu jedan na drugog, te su usmjerena na međusobnu kooperativnost tijekom provedbe određenog projektnog plana.

Do konačnog marketinškog rješenja ponekad zna proći 2-3 tjedna, a do konačne produkcije 6. mjeseci.

*Autorica teksta:  
Ana-Marija Majić*



### Palača Dverce

Studenti 2. godine Specijalističkog diplomskog stručnog studija Marketinga i komunikacija u okviru terenske nastave posjetili su Palaču Dverce.

Pod vodstvom profesorice Dorotee Milas naši studenti 2. godine Specijalističkog stručnog studija Marketinga i komunikacija u sklopu kolegija *Poslovno komuniciranje i protokol* posjetili su Palaču Dverce. U Palači ih je dočekala gospođa Valerija Šagovac Polan, njezina ravnateljica, koja im je otkrila povijesne i životne trenutke utkane u povijesti ove rezidencije.

Palača Dverce (prije palača Buratti) u vlasništvu je Grada Zagreba, a od 1912. godine služi za svečana primanja i druge protokolarne i reprezentativne svrhe nakon što ju je njezina tadašnja vlasnica, kontesa Klotilda Buratti, kći Ambroza Vranyczanyja - Dobrinovića, ostavila gradu Zagrebu. Pred kraj života, ali bez podrške obitelji, odlučila je palaču pokloniti gradu Zagrebu. To je ostvarila oporukom u kojoj stoji da Dverce ostavlja gradu Zagrebu pod uvjetom da nitko u toj palači ne smije stanovati, već da se u njoj mogu samo održavati svečanosti.

*Autorica teksta: Dorotea Milas, mag. phil. et mag. rel.*

### Señor, agencija za marketinšku komunikaciju i branding

Studenti PVZG-a posjetili su agenciju Señor za marketinšku komunikaciju i branding, gdje su se upoznali s njihovim načinom rada i analizirali njihove marketinške i komunikacijske kampanje u čijem su središtu emocije. Riječ je o mladoj i inovativnoj agenciji koja je u potpunosti okrenuta klijentima i koja djeluje prema principima projektnoga menadžmenta, nastojeći povezati ideje, strategije i izvedbe. U razgovoru sa studentima upozorili su nužnost fleksibilnosti u kreiranju kampanja, ali i izazove kontinuiranih promjena u promjenjivom komunikacijskom i društvenom okruženju. "Naučili smo da nema medijske ili tehnološke inovacije koja će u kvalitativnom smislu nadomjestiti dobru i pametnu ideju. Medij je sredstvo, a za što ćemo ga upotrijebiti i što ćemo time postići ovisi o feelingu, spretnosti, znanju i talentu svih ljudi agencije. Bilo da se radi o kreativnoj ideji, strategiji ili bilo kojem drugom elementu, biti uspješan u marketinškoj komunikaciji znači inovativno pomicati granice, u svrhu zadanog cilja." Studentima su predstavljene etape stvaranja komunikacijskih rješenja, kao i svakodnevna radna atmosfera copywritera, dizajnera i stratega.



*Studenti u posjeti Palači Dverce*



*Studenti/ice 3.g. preddiplomskog stručnog studija marketinga i komunikacija*

## Radionice

Grupa studenata preddiplomskog studija marketinga i komunikacija koja je pohađala izborni kolegij Kreativno razmišljanje prijavila je ove godine svoje sudjelovanje na vikend radionici **Zagreb Service Jam**. Ovo prijateljsko natjecanje u idejama koje mogu promijeniti svijet održava se kao dio globalnog pokreta Global Service Jam, paralelno u 80 svjetskih gradova. Osobe raznih profesija zainteresirane za pristup dizajniranju usluga, koji u centar stavlja čovjeka i njegove potrebe, rješavaju probleme na inovativan način, primjenom vlastite kreativnosti. Pod geslom **“Just 48 hours to change the WORLD”** sudionici ovogodišnjeg Service Jam-a su na trodnevnoj radionici, uz eksperimentiranje, timski rad i prijateljsko natjecanje kroz dva dana razvijali nove usluge inspirirane zajedničkom temom: **“Yes, no, yes, no, maybe, no, yes”**, koja je bila tajna do samog početka.

Vikend radionica se održavala u Tehnološkom parku Zagreb, a prezentacije timova u prostoru tvrtke Bizkoshnica. Na događanju su se mogle naučiti mnoge tajne primjene kreativnih metoda velikih marketinških i drugih stručnjaka, a

prilikom rada na projektu učilo se i kroz praksu. Prijavljeni sudionici raznih dobi, nacionalnosti i profesija podijeljeni u pet timova su u kratkom vremenskom periodu od 48 sati primjenom pojedinih koraka metode *design thinking* osmislili maštovite ideje koje bi mogle pomoći da svijet učinimo boljim mjestom te svoje ideje na kraju i predstavili. Svaki koncept je na svoj način bio poseban i usmjeren na poboljšanje naše kvalitete života.

Možemo zaključiti da je to bilo jedno nezaboravno, zabavno i poučno “natjecanje” a sudionici su, osim o design thinkingu i važnosti korisničkog iskustva, naučili mnogo i o sebi samima. Naravno, veliko HVALA svim mentorima koji su pratili naš rad i činili atmosferu ugodnom, mirnom i veselom: Petri Ravlič, Marini Milić Kravar, Katarini Pranjić i Tei Zavacki (konzultantima tvrtke Radilica d.o.o.), dizajneru Teu Drempetiću te našoj profesoricu Sanji Rocco, koja nas je potaknula da sudjelujemo.

*Autorica teksta:  
Gabriela Antolović, studentica,  
polaznica kolegija Kreativno  
razmišljanje*



## Gostujući predavači

### Jasna Rilović

Gostujuće predavanje Jasne Rilović, jedne od vodećih stručnjakinja za ljudske resurse u Hrvatskoj, održano je u sklopu kolegija Upravljanje ljudskim potencijalima na preddiplomskom stručnom studiju marketinga i komunikacija.

Svoje bogato iskustvo, Jasna je stjecala na vodećim pozicijama u odjelima ljudskih resursa, u velikim internacionalnim kompanijama kao što su francuska kompanija Renault Nissan Hrvatska d.o.o., te američka farmaceutska kompanija Abbott Laboratories d.o.o.. Radila je i na poziciji HR direktorice u domaćoj farmaceutskoj kompaniji PharmaS, a kasnije je preuzela dodatnu odgovornost i za Ra-Lu Logistiku, kompaniju u sklopu Lura Grupacije. Danas Jasna Rilović, vodi vlastitu tvrtku Human Capital d.o.o., gdje radi i djeluje kao HR konzultant, te svojim stručnim znanjem i iskustvom pomaže kompanijama da uvedu najbolje svjetske HR prakse u svoje poslovanje.

Svojom neposrednošću i entuzijazmom Jasna Rilović je uspjela na vrlo interesantan način uputiti studente u tajne

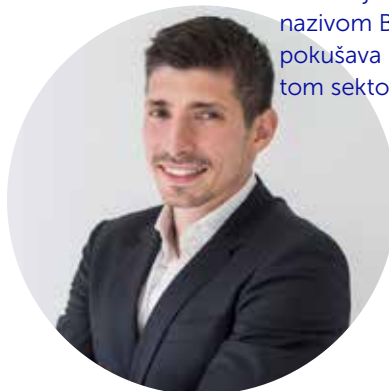
seleksijskog postupka te im pobliže pojasniti njegove ciljeve i krajnju svrhu.

Kraj predavanja popraćen je pljeskom studenata koji su sa zadovoljstvom zaključili da su gostujuća predavanja s temama iz realnog sektora itekako korisna u smislu obogaćivanja njihova znanja.



### Ognjen Bagatin

Ravnatelj i suosnivač Poliklinike Bagatin, Ognjen Bagatin, održao je gostujuće predavanje na PVZG-u sklopu kolegija Marketinško upravljanje, gdje je predstavio svoju priču o poduzetničkom uspjehu u Hrvatskoj. Njegova poliklinika nominirana je za najbolju kliniku za estetsku kirurgiju, a istaknuo je da je ključ uspjeha fokus na ljudske potencijale i organizacijsku kulturu. Kao ravnatelj poliklinike potaknuo je razvoj korporativnog poduzetništva i projektnog menadžmenta u medicinskom segmentu. Svojim širokim znanjem te razumijevanjem funkcioniranja privatnog zdravstvenog sustava potaknuo je razvoj pozitivne korporacijske kulture i same poliklinike, a 2015. uvodi projekt edukacije svih zaposlenika pod nazivom Bagatin Akademija, čime pokušava biti lider obrazovanja i u tom sektoru.



## Konferencija Fedor Rocco

U organizaciji tada Visoke poslovne škole Zagreb, a danas Poslovnog veleučilišta Zagreb, održane su već dvije znanstvene i stručne konferencije Fedor Rocco, prva u prosincu 2013. na temu *Hrvatske perspektive u Europskoj uniji*, a druga u ožujku 2016. na temu *Život u digitalnom dobu: društveni aspekti*. Konferencija je pokrenuta s namjerom da postane tradicija, a nosi ime dr. sc. Fedora Rocca, profesora emeritusa (1924. – 2011.), jednog od utemeljitelja marketinške teorije i prakse u Hrvatskoj, koji je aktivno sudjelovao u osnivanju ove institucije, te je bio njen prvi dekan.

Teorijski radovi na konferenciji su podijeljeni u tri modula: marketing, komunikacije, ekonomija i politika. Posebni strani gosti konferencije bili su dosad stručnjaci i znanstvenici iz Kanade, Velike Britanije, Slovenije, Španjolske i Austrije, kao i hrvatski stručnjaci iz prakse. Za studente su održane radionice marketinga i komunikacija u suradnji s našim vodećim agencijama. Zbornici radova obiju konferencija dostupni su na našoj mrežnoj stranici ([www.pvzg.hr](http://www.pvzg.hr)).



## Brucošijada & završni party

Brucošijada Poslovnog veleučilišta Zagreb tradicionalno se održava svake nove akademske godine u poznatim zagrebačkim klubovima. Brucoši i ostali studenti zabavljaju se do ranih jutarnjih sati uz najnovije glazbene hitove, promotivne cijene pića i poklon kupone koje osigurava škola. No, tu zabavi nije kraj, jer se krajem nastavne sezone (i početkom ljeta) održava i Završni party / Alumni event. A kako su protekli dosadašnji eventi pobliže pogledajte na našoj internetskoj stranici.

## Kreativni odjel – promotion 3sto7

Kreativni odjel zamišljen je kao interni praktikum za studente Poslovnog veleučilišta Zagreb unutar kojeg oni imaju priliku i sve naučeno u teoriji marketinga i komunikacija primijeniti u praksi na konkretnim projektima. Riječ o svojevrsnoj internoj marketinškoj agenciji PVZG-a, koja se sastoji od projektnih timova, čiji su članovi studenti našeg veleučilišta. Postoji tzv. testiranje preferencija studenata vezano uz ulazak u kreativni odjel PVZG-a, nakon čega svaki član odabire projekte prema svojim osobnostima i sudjeluje u njima koliko smatra da je potrebno. Za nagradu ih veleučilište svake godine vodi na stručni skup *Dani komunikacija*.



*“Kreativni odjel PVZG-a ciljano je brendiran pod imenom Promotion 3sto7, jer smo željeli ostaviti dovoljno širok prostor u percepciji svih oko nas: nastavnika, studenata i ciljanih javnosti, da nas percipiraju ne samo kao praktikum Veleučilišta već da djelujemo kao prava (interna) marketinška agencija – poput poduzeća. Zašto 3sto7? Zato što su prva okupljanja počela u dvorani 307, danas poznatijoj kao dvorani Kreativnog odjela.”*

**Goran Luburić, mag. oec.**  
voditelj kreativnog odjela  
promotion 3sto7



## Predavanje iz product placement pretvoreno u glazbeni spot

Članovi interne marketinške agencije Promotion 3sto7 i članovi benda Face2Face u duetu s kantautoricom Antonijom Šolom snimili su svoju prvu autorsku pjesmu. Promo spot nastao je kao rezultat projekta službeno nazvanog Projekt F2F, a obuhvaća integriranu PR kampanju službenog brenda PVZG-a, Face2Face (F2F) koji se odvija pod mentorstvom agencije Promotion 3sto7. Projekt F2F ima cilj obuhvatiti medijski prostor inovativnim pristupom kroz originalnu, nikad ispričanu PR priču. Strategija realizacije uključuje komunikaciju prema ciljanim tržištima (mediji, učenici, studenti, šira javnost) uz proaktivnost i kreativne ambicije studenata PVZG-a, a sve to zbog jačanja reputacije veleučilišta i promocije studijskih smjerova: marketinga i komunikacija.









### Guerrila projekt: u potrazi za Žinićem

Istoimeni videouradak studenata PVZG-a (dostupan na You Tubeu) dio je projekta kreativne pozivnice za gostujuće predavanje gospodinu Nikoli Žiniću, suosnivaču prestižne agencije Bruketa&Žinić. Kako su klasične e-mail pozivnice prilično dosadne i suhoparne studenti marketinga odlučili su se na nesvakidašnji korak – snimiti video pozivnicu u obliku *trailer*a za akcijski film "U potrazi za Žinićem", realiziran tijekom kongresa Dani komunikacija u Rovinju (među ostalima, u organizacijskom odboru kongresa bili su Bruketa i Žinić). Nikola Žinić bio je oduševljen ovakvim pristupom i priznao da ga još nitko na tako originalan način nije pozvao na gostujuće predavanje.

### Davor Bruketa - gostujuće predavanje koje je organizirao promotion 3sto7.

Tim studenata i članovi kreativnog odjela Promotion 3sto7 organizirali su prvo i najotkakanije Q&A (pitanjaodgovori) predavanje poznatog hrvatskog marketinškog stručnjaka sa svjetskim iskustvom Davora Brukete.

Davora Bruketu smo ugostili u predavaonici u kojoj je pod bio „popločen“ pitanjima koja su najviše zanimala naše studente. Moderator Q&A predavanja bio je student marketinga i komunikacija Branimir Pušetić a u sat vremena Davora Bruketu smo izrešetal sa preko 100 pitanja. Pitanja su bila širokog spektra od onog „kako si odlučio hoće li pisati prvo Bruketa ili Žinić“ preko onog „kako je raditi u velikoj marketinškoj agenciji?“ do „jesi li dog ili cat person“, zalomilo se i pokoje aktualno „di's bio 91's prve“.

U međuvremenu je agencija slavnog dvojca narasla, pa sad djeluju pod nazivom Bruketa & Žinić & Grey.



# O STUDIJU, UVJETIMA UPISA I ŠKOLARINI

## Preddiplomski stručni studij

### Trajanje stručnog studija:

6 semestara

### Ukupan broj bodova

180 ECTS

### Stručni naziv:

stručni/a prvostupnik/ica  
(*baccalaureus/baccalaurea*)  
marketinga i komunikacija  
(**bacc. oec.**)

### Upisna kvota:

ukupno **140** redovnih i izvanrednih  
studenata, od kojih **90** na  
smjer marketinga i **50** na smjer  
komunikacija.

### Osnovni uvjeti upisa:

završeno četverogodišnje  
srednjoškolsko obrazovanje,  
položena državna matura ili  
proveden razredbeni postupak i  
potpisan ugovor o studiranju.

## Specijalistički diplomski stručni studij

### Trajanje stručnog studija:

4 semestra

### Ukupan broj bodova

120 ECTS

### Stručni naziv:

stručni/a specijalist/ica marketinga  
i komunikacija (**struč. spec. oec.**)

### Upisna kvota:

**80** studenata  
**30** redovnih  
**50** izvanrednih

### Osnovni uvjet upisa:

završen preddiplomski studij s  
ostvarenih najmanje 180 ECTS  
bodova ili viša stručna sprema  
izjednačena sa stručnim nazivom  
prvostupnik/ca i potpisan ugovor o  
studiranju.

Upisati se mogu i kandidati  
koji studiraju na nekom drugom  
visokom učilištu, a žele nastaviti  
školanje na Poslovnom

veleučilištu Zagreb. Svi kandidati  
obvezni su prijaviti se preko  
internetske stranice [www.pvzg.hr](http://www.pvzg.hr), a  
svoje prijave za upis na prvu godinu  
stručnog studija s priloženim  
dokumentima (u originalu,  
ovjerenoj kopiji ili zakonom  
određenom e-obliku) kandidati  
predaju osobno u studentskoj  
službi Poslovnog veleučilišta  
Zagreb, Ulica grada Vukovara 68,  
10 000 Zagreb radnim danom  
od 9 do 19 sati do datuma do  
kojeg se mogu prijaviti na studij.  
Detaljnije informacije o potrebnoj  
dokumentaciji na [www.pvzg.hr](http://www.pvzg.hr).

### Visina troškova studija:

#### Preddiplomski stručni studij

za jednu akademsku godinu:

**21.945,00 kn**

#### Specijalistički diplomski stručni

studij za jednu akademsku godinu:

**24.495,00 kn**

### IBAN broj:

HR8024020061100477071

otvoren u Erste & Steiermarkische  
BANK d.d.

### Mogućnosti plaćanja

Plaćanje školarine moguće je na **4** rate, potrošačkim kreditom do **60** rata i kreditnim karticama na rate beskamatno (American Express do **10** rata, Diners do **12** rata) te karticama Visa, MasterCard i Maestro. Popust na jednokratnu uplatu cijele školarine na preddiplomskom stručnom studiju iznosi **1.200,00 kn**. Popust na jednokratnu uplatu cijele školarine na specijalističkom diplomskom stručnom studiju iznosi **1.450,00 kn**. Dodatni popusti se još odobravaju i članovima uže obitelji koji upisuju PVZG, te zaposlenicima koje ista tvrtka upućuje na školovanje. Popust ostvaruju i nezaposlene osobe, sadašnji i bivši polaznici programa POUZ-a, zaposlenici Zagrebačkog holdinga, te gradskih upravnih tijela ili HZMO, uz vlastito financiranje, kao i prijelaznici sa drugih visokih učilišta za prijelaznu godinu na preddiplomskom, kao i na specijalističkom diplomskom studiju. Popust se također ostvaruje za izvrsnost na temelju rezultata

državne mature (u prvoj godini upisa), kao i za kategorizirane sportaše. Svi popusti uređeni su internim odlukama.

Detaljnije obavijesti svi zainteresirani mogu dobiti i na telefone **01/6310 888**, **01/6310 889**, **01/6310 844**, putem e-maila: **pvzg@pvzg.hr** ili na Internetskoj stranici **www.pvzg.hr**.



# STUDIRANJE UZ RAD

U današnjem poslovnom svijetu sve je veća potreba za dodatnim usavršavanjem i obrazovanjem zaposlenika kako bi postigli veću konkurentnost na tržištu rada, te pokazali svoju spremnost za cjeloživotno učenje i napredovanje. Poslovno veleučilište Zagreb omogućuje vam da postignete potrebne kvalifikacije za svoj poslovni napredak, te usavršite svoja stručna znanja i razvijete dodatne vještine.

Studiranje uz rad ideja je vodilja našeg izvanrednog studija, koji zaposlenim ljudima i onima s dodatnim obavezama omogućava da pohađaju i prate nastavu. Izvanredni studij prilagođen je zaposlenima kako bi što kvalitetnije mogli ispuniti svoje studentske obaveze i odvija se radnim danima u poslijepodnevним satima, između 17 i 21 sat.

/  
*“Ovaj studij sam upisala u želji unaprjeđivanja profesionalnih kompetencija, a nadmašio je moja očekivanja predanošću profesora, stečenim znanjima i poboljšanim komunikacijskim vještinama te mi je između ostalog pomogao u napredovanju u poslu.”*

**Snježana Banek  
struč. spec. oec.**

*Viša stručna savjetnica  
Ministarstvo znanosti i obrazovanja*



**POSLOVNO  
VELEUČILIŠTE  
ZAGREB SCHOOL  
OF BUSINESS**



**a Ulica grada Vukovara 68,  
10 000 Zagreb, Hrvatska**  
**t +385 01/ 6310 888,  
6310 889, 6310 884**

**f +385 1 6310 628**  
**e pvzg@pvzg.hr**  
**w www.pvzg.hr**



Member

