



Dani karijera okupljaju tisuće studenata kojima poslodavci otkrivaju sve tajne pojedinog posla

INTERAKCIJA S POSLODAVCIMA

STUDENTI NAJVIŠE CIJENE SAVJETE VRHUNSKIH STRUČNJAKA IZ BRANŠE. NAJBOLJE SE UČI IZ KONKRETNIH PRIMJERA, KAŽU

Koliko je studente važno upoznati s poslovima koje će u budućnosti raditi jako dobro znaju i na Visokoj poslovnoj školi u Zagrebu. - Velika je prednost što se stručni studij manje bavi teorijom, a više posvećuje praktičnim primjerima u sklopu nastave. Dovodimo vrhunske stručnjake, specijaliste pojedinih područja iz marketinških agencija, iz medijskih kuća, ali i menadžere kompanija i institucija, od privatnoga do javnog sektora. Uostalom, uspjesi i rezultati naših studenata dokazuju našu kvalitetu. Eto, opet smo kao škola ostvarili uspjeh na natjecanju Idejacija Dana komunikacija - naša studentica je u prvonagrađenom timu! - ponosan je dekan dr. sc. Lukša Lulić. Prednost odabira stručnih studija, dodaje, pa tako i

Visoke poslovne škole Zagreb u odnosu prema klasičnim, državnim sveučilištima je prije svega drukčiji način komunikacije sa studentom.

MODERNA NASTAVA- S obzirom na relativno malene grupe, može se uspostaviti izravniji kontakt, a svaki student dobiva priliku da iznosi svoje ideje, uči nastupati u javnosti. Tako nastava postaje interaktivna. Objašnjava i kako se posljednjih godina mijenjaju trendovi na tržištu pa tako i u obrazovanju. - Novi diplomski studij marketinga i komunikacija logičan je nastavak usavršavanja, prije

svega naših studenata koji su već završili prijediplomski studij, većina njih želi nastaviti obrazovanje. Osim toga, računamo i na studente s drugih visokih učilišta jer je područje zanimljivo, a cjenovno smo prihvatljivi, pa klijentima pružamo vrijednost za novac. Razvijamo



intervju **dekan VPŠZ-a dr. sc. Lukša Lulić** (o uvjetima upisa pogledajte na www.vpsz.hr)

se, kako vertikalno, tako i horizontalno, na nova područja, s ciljem da Visoka poslovna škola Zagreb u budućnosti preraste u veleučilište - kaže. U kontekstu digitalnog marketinga, naše tržište sve više prati europske i globalne trendove pa mladi trebaju i adekvatno obrazovanje.

BIRAJTE ZNANIMANJA KOJA SU U UZLETU

- Budućnost marketinga je, mobilna komunikacija, a videoprodukcija sadržaja ili popularno zvanog contenta je u eksponencijalnom uzletu, što zbog niskih troškova produkcije, što zbog široke dostupnosti takvog sadržaja putem weba i društvenih mreža. Više gotovo da i ne postoji ozbiljna kompanija koja na svojim web stranicama nema u obliku videomaterijala objašnjen svaki proces vezan uz proizvode/usluge koje nudi, kao i videosvjedočanstva predstavnika kompanije i zadovoljnih kupaca. No takva produkcija najviše dolazi do izražaja u gerila oglašavanju, u kojemu se sve teže razabire granica između sadržaja usmjerenog prodaji i povećanju svjesnosti o marki - napominje.