

Sveučilište / Univerzitet  
"VITEZ"



# KATALOG POSLOVNIH EDUKACIJA

Travnik, oktobar 2020.

## **UVODNA RIJEČ**

Uz stalne promjene na tržištu, te inicijative i disruptivne inovacije konkurenčije, kompanije trebaju savremene pristupe za uspješno poslovanje. Poslovne edukacije kreirane su za potrebe savremenih kompanija koje organizacijsko znanje jačaju kroz profesionalni razvoj zaposlenika, menadžera i poduzetnika. Fakultet poslovne ekonomije i Centar za cjeloživotno učenje Sveučilišta/Univerziteta "Vitez" nude poslovne edukacije putem webinara, in-house seminara i otvorenih seminara. Edukacije su kreirane kao interaktivna kombinacija teorije, prakse i diskusije. Naš tim čine predavači koji, pored akademskog, posjeduju i iskustvo rada u privredi, nevladinom sektoru, kao i održavanju poslovnih seminara, te stručnjaci iz prakse. Za određene teme angažiramo i druge predavače iz prakse.

Za seminare/webinare koji se realiziraju modularno moguće je pohađati pojedinačne module za svaku od tema iz ponude.

## **POGODNOSTI**

Nakon završetka jednog modula u okviru odabrane teme, polaznici ostvaruju popust za drugi modul. Poseban popust odobrava se za tri i više polaznika webinara/seminara iz jedne kompanije. Alumni studenti Sveučilišta/Univerziteta "Vitez" ostvaruju i druge pogodnosti prijavom na dva modula odabrane teme.

## **KONTAKT:**

e-mail: [poslovne.edukacije@unvi.edu.ba](mailto:poslovne.edukacije@unvi.edu.ba)

telefon: 030 509 751





---

# STRES I UPRAVLJANJE STRESOM NA RADNOM MJESTU

---

# **STRES I UPRAVLJANJE STRESOM NA RADNOM MJESTU**

Stres je proces koji djeluje na pojedinca. Stres na radnom mjestu uzrokuju stresori koji proizlaze iz rada i radne okoline. Svaki zaposlenik se prije ili kasnije susreće sa stresom vezanim za posao. Stres na radnom mjestu definira se kao skup emocionalnih, kognitivnih, tjelesnih i/ili ponašajnih reakcija pojedinca do kojih dolazi kada pojedinac procjenjuje da se pred njega na radnom mjestu postavljaju zahtjevi koje on ne može ispuniti. Potencijalni uzroci stresa na radnom mjestu su brojni. Na koji način će se stres manifestirati na pojedinca i organizaciju ovisi o različitim faktorima. Iako je stres na radnom mjestu nemoguće izbjegći, svaki zaposlenik može naučiti da se uspješnije suočava sa stresom i efikasnije bori protiv njega. Brojna istraživanja pokazuju da prekomjerni stres na radnom mjestu ima negativan uticaj na fizičko i psihičko zdravlje pojedinaca što smanjuje njegovu produktivnost. Uspješno upravljanje stresom i psihosocijalnim rizicima na radnom mjestu prevenira i/ili reducira negativne posljedice stresa kod zaposlenika i poslovne organizacije.

**CILJ SEMINARA:** efikasnije upravljanje stresom i psihosocijalnim rizicima na radnom mjestu kroz usvajanje znanja o izvorima i posljedicama profesionalnog stresa sa posebnim osvrtom na osobine pojedinca koje su potencijalni izvor stresa na poslu; upoznavanje sa vještinama i tehnikama koje doprinose efikasnijem suočavanju sa stresom na poslu.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** zaposlenicima poslovnih organizacija koji rade na različitim radnim mjestima.

## **MODUL 1 TEME**

1. Stres, reakcije na stres i suočavanje sa stresom
2. Stres na radnom mjestu
3. Upravljanje stresom i psihosocijalni rizici na radnom mjestu
4. Komunikacija na poslu i stres

## **MODUL 2 TEME**

1. Upravljanje stresom i psihosocijalni rizici na radnom mjestu
2. Komunikacijske vještine: aktivno slušanje, asertivnost
3. Posljedice profesionalnog stresa (burn out sindrom, mobbing)
4. Rješavanje sukoba i druge tehnike za efikasnije upravljanje stresom na poslu

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# DIGITALNI MARKETING

---

# **DIGITALNI MARKETING**

Digitalni marketing, zahvaljujući svojim ključnim karakteristikama i prednostima, postaje sve dominantniji oblik marketinga u svijetu. Sve brži razvoj tehnologije i komunikacija utječe na promjene obrazaca kupovnog ponašanja digitalnih potrošača. Zadatak digitalnog marketinga jeste da ispunи njihova rastuća očekivanja koristeći virtualni svijet koji nas okružuje. Kompanije više ne odlučuju da li će koristiti digitalni marketing, nego kada i na koji način će intenzivirati njegovu primjenu.

**CILJ SEMINARA:** spoznati važnost i efekte primjene digitalnog marketinga, modalitete upravljanja odnosima s kupcima putem digitalnih kanala komunikacije; identifikacija i utvrđivanje prednosti i nedostataka svakoj pojedinog digitalnog kanala, te planiranje i izgradnja kompanijske prepoznatljivosti i uspješne komunikacije.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** direktorima kompanija, marketing menadžerima, svima koji se bave digitalnim marketingom

## **MODUL 1 TEME**

1. Specifičnosti digitalnog u odnosu na tradicionalne forme marketinga
2. Plan digitalnog marketinga
3. SEO (Search Engine Optimization) – optimizacija web stranica i sadržaja
4. Marketing sadržaja (Content Marketing)

## **MODUL 2 TEME**

1. Mobilni marketing
2. Marketing na društvenim mrežama
3. E-mail marketing
4. Web analitike i praćenje efekata digitalnog marketinga

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# POSLOVNO ODLUČIVANJE

---

# **POSLOVNO ODLUČIVANJE**

Donošenje odluka je najvažniji posao izvršnih menadžera. Također je najteži i najrizičniji posao. Loše odluke mogu našteti poslu i karijeri, ponekad nepopravljivo. Odakle dolaze loše odluke? Razlozi donošenja loših odluka mogu biti zbog načina donošenja odluka, kada alternative nisu bile jasno definirane; prave informacije nisu prikupljene; troškovi i koristi nisu bili točno izračunati. Ali ponekad krivnja nije u procesu donošenja odluka. Način na koji ljudski mozak radi može sabotirati naše odluke.

Kako bi postigli racionalnost u procesu donošenja odluka, postoje praktični savjeti i sustavi koji pružaju način postizanja kompromisa međurasponom ciljeva u nizu mogućnosti.

**CILJ SEMINARA:** rješavanje postavljenih zadataka na optimalan način putem sustava donošenja odluka pri zadanim uvjetima korištenjem kritičkog razmišljanja, kreativnosti i realnog vrednovanja. Raščlanjivanje procesa odlučivanja na pojedine alternative olakšava uvid u tijek procesa i pregled mogućih rješenja.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** menadžerima, rukovoditeljima službi, svima koji imaju poslovne dileme

## **MODUL 1 TEME**

1. Efikasno odlučivanje
2. Barijere prilikom donošenja odluka
  - a. Predrasude
  - b. Etičke i moralne dileme
3. Sagledavanje različitih referentnih točaka

## **MODUL 2 TEME**

1. Racionalne metode u funkciji kompromisa
2. Izrada tablice alternativa
3. Vježbom do savršenstva

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# POSLOVNI PLAN

---

# **POSLOVNI PLAN**

Donošenje odluka je najvažniji posao izvršnih menadžera. Također je najteži i najrizičniji posao. Loše odluke mogu našteti poslu i karijeri, ponekad nepopravljivo. Odakle dolaze loše odluke? Razlozi donošenja loših odluka mogu biti zbog načina donošenja odluka, kada alternative nisu bile jasno definirane; prave informacije nisu prikupljene; troškovi i koristi nisu bili točno izračunati. Ali ponekad krivnja nije u procesu donošenja odluka. Način na koji ljudski mozak radi može sabotirati naše odluke.

Kako bi postigli racionalnost u procesu donošenja odluka, postoje praktični savjeti i sustavi koji pružaju način postizanja kompromisa međurasponom ciljeva u nizu mogućnosti.

**CILJ SEMINARA:** rješavanje postavljenih zadataka na optimalan način putem sustava donošenja odluka pri zadanim uvjetima korištenjem kritičkog razmišljanja, kreativnosti i realnog vrednovanja. Raščlanjivanje procesa odlučivanja na pojedine alternative olakšava uvid u tijek procesa i pregled mogućih rješenja.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** menadžerima, rukovoditeljima službi, svima koji imaju poslovne dileme

## **MODUL 1 TEME**

1. Efikasno odlučivanje
2. Barijere prilikom donošenja odluka
  - a. Predrasude
  - b. Etičke i moralne dileme
3. Sagledavanje različitih referentnih točaka

## **MODUL 2 TEME**

1. Racionalne metode u funkciji kompromisa
2. Izrada tablice alternativa
3. Vježbom do savršenstva

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri.



---

# PRODAJNE VJEŠTINE

---

# **PRODAJNE VJEŠTINE**

Poznato je da većina ljudi voli kupovati, ali isto tako ne vole kada im se nešto prodaje. U takvoj situaciji uloga prodavača je od iznimne važnosti. Uspješan prodavač će znati kako na nenametljiv način stvoriti povoljnu atmosferu za kupca, a koja će rezultirati prodajom. Stvaranje pozitivnog ambijenta za kupca zahtijeva vještine i sposobnosti prodavača. Ključne vještine kojima prodavač treba vladati su priprema za prodaju, prezentacija proizvoda i usluga, pregovaranje, zaključivanje prodaje i postprodajna briga za kupca. Kroz sve te vještine prodavac osigurava zadovoljstvo kupca i njegovu lojalnost, što je svakako jedan od primarnih ciljeva svake suvremene kompanije. Prodajne vještine su ključni faktor postizanja prodajnog uspjeha.

**CILJ SEMINARA:** ovladati ključnim prodajnim vještinama neophodnim za stvaranje uspješnog prodavača

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** direktorima kompanija, prodajnim menadžerima, prodajnom osoblju, komercijalistima, svima onima koji žele povećati svoje znanje iz oblasti prodaje.

## **MODUL 1 TEME**

1. Priprema za prodaju
2. Učinkovite prezentacije kupcima
3. Uspješno pregovaranje

## **MODUL 2 TEME**

1. Zaključivanje prodajnog ugovora i postprodaja
2. 14 postulata za uspješne prodavače
3. Timski rad u prodaji

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA

---

# **UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA**

Upravljanje ljudskim resursima je izazov za kompanije, organizacije i institucije u svim djelatnostima. Koristeći prednosti savremene tehnologije u poslovanju, komunikacijama sa potrošačima, partnerima i saradnicima, ljudski faktor može biti presudan u kreiranju vrijednosti za korisnike proizvoda i usluga, kao i za kompaniju. Ljudski resursi kao faktor diferencijacije i sticanja konkurenčkih prednosti donose kompaniji višestruke dobiti. To je naročito važno tamo gdje su oni glavna spona između proizvoda, usluge i potrošača. Identifikacija radnih mјesta koja stvaraju ili razaraju vrijednost pomaže kompanijama da vrše unapređenje procesa upravljanja ljudskim resursima i prevenciju fluktuacije ključnih zaposlenika.

**CILJ SEMINARA:** poboljšanje procesa zapošljavanja kompetentnih ljudskih resursa primjenom odgovarajućih metoda planiranja, analize radnih mјesta i selekcije kandidata; utvrđivanje radnih mјesta koji doprinose kreiranju vrijednosti putem procjene uspješnosti i analitike ljudskih resursa.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** menadžerima, direktorima kompanija, zaposlenicima odjela ljudskih resursa

## **MODUL 1 TEME**

1. Planiranje ljudskih resursa
2. Analiza radnog mјesta
3. Selekcija i zapošljavanje

## **MODUL 2 TEME**

1. Procjena uspješnosti zaposlenika i menadžera
2. Identifikacija toka razmjene znanja u kompaniji
3. Analitika ljudskih resursa

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



# KONTROLING

# KONTROLING

Primarna uloga kontrolinga jeste da iz velikog broja informacija filtrira i generira one koje mogu poslužiti menadžerima da smanje poslovni rizik pri donošenju odluka. Kontroling je primarno utemeljen na računovodstvenim podacima, ali on ulazi u sve segmente poslovanja poduzeća i promatra sve funkcije u njemu. Tako on promatra i analizira viziju kompanije, njene poslovne strategije, sustave kontroliranja, informiranja, organiziranja, te upravljanja ljudskim resursima. Iz svega toga nastoji se kreirati blagovremen i optimalan obim informacija za menadžere na svim razinama kompanije. Kontroling omogućava kvalitetnije upravljanje budućim događajima, te daje odgovore na to kakve su trend vrijednosti i što možemo očekivati u budućnosti, u koje proizvode ili usluge treba više ulagati, a koje napuštati, koje kupce u budućnosti izbjegavati, koja tržišta razvijati, a sa kojih se povlačiti, na koji način se financirati, da li se i dalje zaduživati.

**CILJ SEMINARA:** ovladati kontrolingom kao skupom multidisciplinarnih znanja koja su potrebna kako bi se na temelju velikog broja podataka iz poduzeća, ali i izvan njega, prikupio optimalan broj onih koji su nužni menadžerima i svima koji upravljaju poduzećem za kvalitetno odlučivanje.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** direktorima kompanija, menadžerima na svim razinama, internim revizorima, analitičarima, svima koji imaju aspiraciju ka kontrolerima kao poslovnoj orijentaciji

## MODUL 1 TEME

1. Pojam i sadržaj kontrolinga
2. Instrumenti strateškog kontrolinga
3. Instrumenti operativnog kontrolinga

## MODUL 2 TEME

1. Kontroling u poslovnom planiranju
2. Kontroling u analizi poslovanja
3. Projektni i investicijski kontroling

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

**PRIJENOS  
POSLOVANJA**

---

## PRIJENOS POSLOVANJA

Prijenos poslovanja je sastavni dio životnog ciklusa poduzeća, kao i životnog ciklusa vlasnika poduzeća. Zbog složenosti ovog pitanja u pravnom, finansijskom, poreznom, organizacijskom i emotivnom smislu, prijenos poslovanja predstavlja kritičnu fazu koju veliki broj poduzeća ne uspijeva prebroditi. Važnost uspješnog prijenosa poslovanja i opsežnost izazova poslovnog transfera među malim poduzećima prisutna je u velikom broju istraživanja. Nepravovremeno planiranje prijenosa poslovanja dovodi u pitanje održivosti radnih mesta što predstavlja problem za nacionalne ekonomije. Europski observatorij za mala i srednja poduzeća procjenjuje da je rezultat toga 6,3 milijuna radnih mesta koja su upitna zbog lošeg planiranja prijenosa poslovanja. Prema nekim autorima, nemogućnost upravljanja postupkom prijenosa poslovanja jedan je od najvažnijih razloga visoke stope neuspjeha među obiteljskim poduzećima prve i druge generacije.

**CILJ SEMINARA:** ukazati na značaj prijenosa poslovanja za održivost malih i srednjih poduzeća u Bosni i Hercegovini; primjeri prakse prijenosa poslovanja u zemljama Europske unije; pojasniti načine na koje se može provesti planiranje prijenosa poslovanja.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** vlasnicima malih i srednjih poduzeća, naslijednicima

### MODUL 1 TEME

1. Teorijski okvir za istraživanje prijenosa poslovanja (kratak osvrt)
2. Značaj prijenosa poslovanja
3. Čimbenici koji utječu na uspjeh prijenosa poslovanja

### MODUL 2 TEME

1. Donošenje odluke o izlasku iz poduzetničkog pothvata
2. Modeli izlaska iz poduzetničkog pothvata
3. Procjena vrijednosti poduzeća

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, studije slučaja



---

# POSLOVNA KOMUNIKACIJA

---

# **POSLOVNA KOMUNIKACIJA**

Za razliku od neformalne, svakodnevne komunikacije, poslovna komunikacija se odvija po određenim pravilima i sa određenim ograničenjima. Sposobnost komuniciranja je jedna od ključnih vještina u poslovanju, kako menadžera i vlasnika, tako i svih uposlenih u kompanijama. Poslovni ljudi kroz uspješnu komunikaciju profesionalno predstavljaju svoju kompaniju, osiguravaju razumjevanje u timu, poboljšavaju rezultate poslovanja, upravljaju odnosima sa klijentima, korisnicima, uposlenicima.

**CILJ SEMINARA:** razumjeti i kvalitetno oblikovati cijelovit proces komuniciranja unutar poduzeća i poduzeća s okruženjem, te efikasno komunicirati kroz pisano, usmeno i neverbalno komuniciranje sa svim akterima u različitim poslovnim prilikama.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** direktorima kompanija, menadžerima na svim razinama, uposlenicima uključenim u internu i eksternu formalnu komunikaciju, uposlenicima koji kreiraju različite forme izvještaja

## **MODUL 1 TEME**

1. Primjenjivanje procesa pisanja poslovnih poruka u tri koraka
2. Sastavljanje kratkih poruka
3. Popunjavanje poruka kvalitetnim informacijama

## **MODUL 2 TEME**

1. Planiranje, pisanje i ispunjavanje izvještaja i prijedloga
2. Izrada i provođenje usmenih i internetskih prezentacija
3. Sastavljanje poruka za zaposlenje i intervju za zapošljavanje

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# UPRAVLJANJE KOMPENZACIJAMA U OBITELJSKIM PREDUZEĆIMA

---

# **UPRAVLJANJE KOMPENZACIJAMA U OBITELJSKIM PODUZEĆIMA**

Kako bi poduzeće privuklo najbolje zaposlenike, zadržalo ih i od njih dobilo najbolje rezultate, menadžment i odjel ljudskih potencijala moraju blisko surađivati u najboljem interesu kompanije. Jedna od glavnih karakteristika obiteljskog poduzeća je zapošljavanje članova obitelji, što može dovesti do određenih problema i nedostataka u poslovanju poduzeća. Prvi problem ogleda se u nedostatku stručnih, specijalističkih i upravljačkih znanja. Slijedeći problem odnosi se na isprepletenost obiteljskog i poslovnog sustava koji se zasnivaju na različitim vrijednostima. To često dovodi do konflikata među članovima obitelji, nezadovoljstvu neobiteljskih zaposlenika, a može čak i dovesti u pitanje opstanak samog poduzeća.

**CILJ SEMINARA:** ukazati na prednosti i izazove sistema nagrađivanja u obiteljskim poduzećima, specifičnosti kompenzacijskog menadžmenta u obiteljskim poduzećima i model kompenzacijskog menadžmenta članova obitelji.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** menadžerima, vlasnicima poduzeća, nasljednicima

## **TEME SEMINARA**

1. Što je kompenzacijski menadžment
2. Vrste kompenzacija
3. Specifičnosti kompenzacijskog menadžmenta u obiteljskim poduzećima
4. Zamke kod određenja kompenzacije članovima obitelji
5. Kompenzacijski sustav – menadžeri u obiteljskim poduzećima

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# STRATEŠKO UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM KAPITALOM I ZNANJEM

---

# **STRATEŠKO UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM KAPITALOM I ZNANJEM**

Poslovanje kompanija sve više se bazira na intelektualnom kapitalu i znanju. Stoga raste potreba za upravljanjem njegovim elementima kako bi se najbolje aktivirala i povezala intelektualna imovina. Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom i znanjem umanjuje ili otklanja rizik pojavljivanja nesklada između buduće strategije poslovanja i angažiranog intelektualnog kapitala. Njegova uloga je naročito dobila na značaju u servisnom sektoru, koji se uz korištenje naprednih informacionih tehnologija najviše oslanja na nematerijalne komponente poslovanja. Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom i znanjem prisutno je u svim djelatnostima i pruža dobre osnove za eksperтиzu u specijaliziranim profesijama, kao i granama poslovanja.

**CILJ SEMINARA:** kreiranje okvirnog modela upravljanja intelektualnim kapitalom u kompanijama u skladu sa ulogom njegovih elemenata u kreiranju vrijednosti i konkurentnosti kompanije.

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** menadžerima, vlasnicima poduzeća

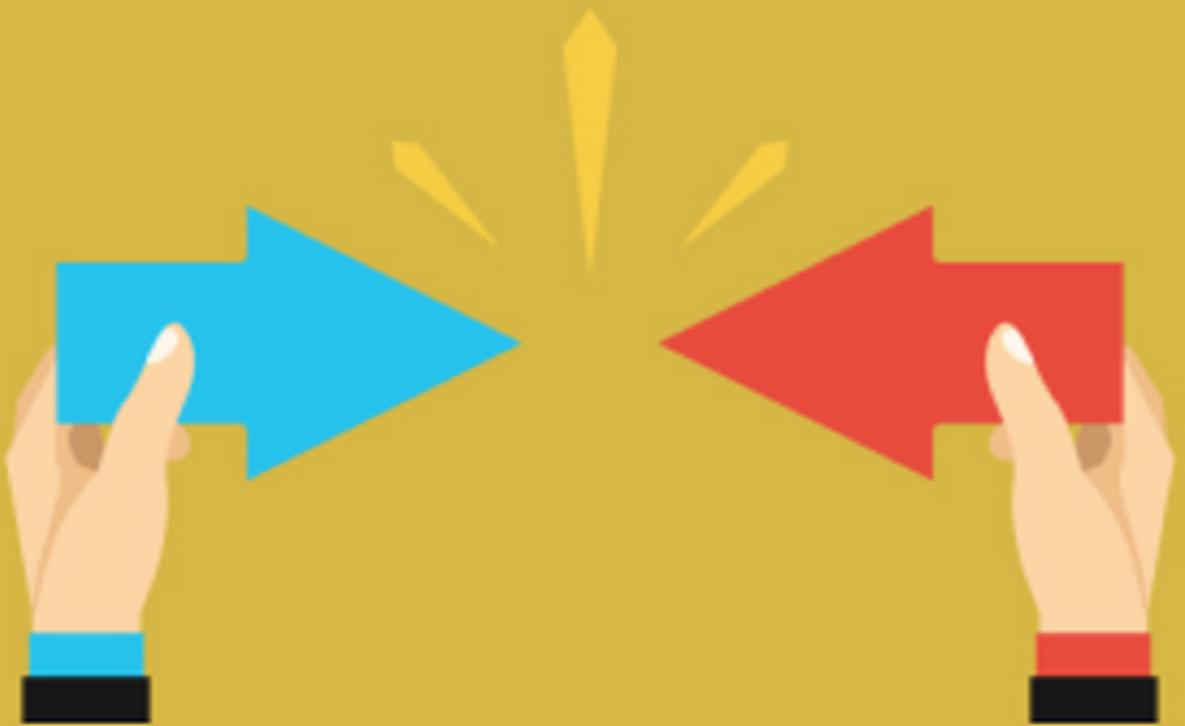
## **MODUL 1 TEME**

1. Struktura i elementi intelektuanog kapitala
2. Logički okvir upravljanja intelektualnim kapitalom
3. Rizici upravljanja intelektualnim kapitalom

## **MODUL 2 TEME**

1. Dodatna vrijednost i efikasnost zaposlenih
2. Informacioni sistemi u upravljanju intelektualnim kapitalom
3. Potrošački kapital i upravljanje odnosima sa potrošačima
4. Okvirni model upravljanja intelektualnim kapitalom

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, primjeri



---

# UPRAVLJANJE SUKOBIMA U OBITELJSKIM PREDUZEĆIMA

---

# **UPRAVLJANJE SUKOBIMA U OBITELJSKIM PODUZEĆIMA**

Obiteljska poduzeća predstavljaju najstariji i najčešći oblik privrednih organizacija u svijetu. U tim poduzećima vlasnik poduzeća često je ujedno i menadžer, lider, organizator, a nerijetko obavlja i poslove vezane za nabavu i prodaju, marketing, financije. Neka grupna istraživanja ukazala su na glavne probleme s kojima se suočavaju obiteljska poduzeća, a to su sukobi i prijenos poslovanja. Vođe ili vlasnici obiteljskih poduzeća moraju biti okretni, svjesni i odgovorni kako bi upravljali velikim brojem strateških transformacija, poput prijenosa poslovanja i sukoba. U procesu upravljanja sukobima svakako je ključna uloga vođe koji prepoznaće situacije i uzroke koji mogu dovesti do pojave sukoba, te djelovati na njihovoj prevenciji i rješavanju. Ako se sukobe na vrijeme prepozna i ako se njima uspješno upravlja, to može znatno pridonijeti individualnoj, grupnoj i organizacijskoj učinkovitosti.

**CILJ SEMINARA:** prepoznati vrste sukoba i njihov utjecaj na kontinuitet i učinkovitost poduzeća, ovladati upravljanjem različitim vrstama sukoba pomoću strategija upravljanja sukobima

**SEMINAR JE NAMIJENJEN:** vlasnicima poduzeća, menadžerima, zaposlenicima

## **MODUL 1 TEME**

1. Definiranje sukoba i vrste sukoba
2. Uzroci sukoba
3. Specifičnosti sukoba u obiteljskim poduzećima

## **MODUL 2 TEME**

1. Vođenje u funkciji upravljanja sukobima
2. Stilovi upravljanja sukobima
3. Analiza utjecaja stilova upravljanja sukobima na održivost obiteljskog poduzeća

**METODE RADA:** prezentacije, diskusije u grupi, studije slučaja, kviz



**NAŠ TIM**



Dr. sc. Jamila Jaganjac je vanredni profesor iz oblasti poduzetništva i menadžmenta na Fakultetu poslovne ekonomije. Diplomirala je na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu u Dubrovniku, a magistrirala i doktorirala na Fakultetu poslovne ekonomije Panevropskog Univerziteta Apeiron u Banja Luci. Autor je knjiga na temu strateškog upravljanja intelektualnim kapitalom, kao i naučnih i stručnih radova iz oblasti poduzetništva i menadžmenta.

Posjeduje višegodišnje iskustvo rada u međunarodnim organizacijama i finansijskom sektoru na raznim menadžerskim pozicijama. Realizirala je seminare iz oblasti upravljanja ljudskim resursima za članove nadzornih odbora i privrednih društava, za mala i srednja poduzeća; seminare/radionice iz poduzetništva na temu Uspješno pokretanje biznisa, za korisnike EU projekta TRIK, kao i seminare iz oblasti kriznog menadžmenta u sklopu kontinuirane edukacije finansijsko-računovodstvene profesije u BiH. Posjeduje certifikate TUV Rheinland Group za ovlaštenog predstavnika kvalitete i menadžera kvalitete, kao i iskustvo u radu na uspostavi sistema kvalitete.

Dr. sc. Dario Jerković je vanredni profesor iz oblasti marketinga na Fakultetu poslovne ekonomije. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Mostaru, magistrirao na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu, a doktorirao na Fakultetu poslovne ekonomije Sveučilišta/Univerziteta "Vitez". Autor je knjige *Uvod u tržišna istraživanja*, a objavio je više desetina znanstvenih i stručnih radova. Pored akademске karijere, Dario Jerković posjeduje dvadesetogodišnje iskustvo rada u privatnom sektoru, u trgovačkoj kompaniji Economic d.o.o. Vitez. Član je uprave kompanije, a tijekom karijere obavlja poslove na raznim menadžerskim pozicijama. Primarni fokus u radu jeste prodaja, organizacija, praćenje, franšiza kao jedan od značajnijih kanala distribucije, organizacija webshopa. Član je informatičke grupe, glavni kontroler u navedenoj kompaniji, te vodi i upravlja carinskim skladištem, interni je auditor za certificiranje prema standardu ISO 9001. Realizirao je seminare iz oblasti prodaje i poslovnog komuniciranja.





Amra Kraksner je direktorica Instituta Sveučilišta/Univerziteta "VITEZ" u sklopu kojeg djeluju i Centar za cjeloživotno učenje i Centar za razvoj poduzetništva. Posjeduje dvadesetogodišnje iskustvu u radu u međunarodnim institucijama. Implementirala je veliki broj projekata odobrenih od strane međunarodnih i domaćih donatora. Aktivno učestvuje u radu nevladinog sektora u Bosni i Hercegovini od 1999. godine, ostvarivši saradnju s velikim brojem nevladinih organizacija. Osnivač je i aktivan član Udruženja "Projekat" iz Zavidovića od 2014. godine. Za nevladine organizacije i privredna društva održala je niz seminara na teme: poslovni plan, pisanje projekata, komunikacijske vještine. Bila je član timova za izradu više studija među kojima je posljednja Obrazovanje za potrebe tržišta rada

Dr. sc. Tanja Gavrić, rođena je 20. kolovoza 1985. u Travniku, Bosna i Hercegovina. Titulu magistra poslovne ekonomije stiče 2009. godine na Sveučilištu u Dubrovniku, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, smjer Međunarodna trgovina i marketing. Na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu završila je poslijediplomski sveučilišni studij Ekonomija i poslovna ekonomija, te odbranila doktorski rad na temu Utjecaj strategija upravljanja sukobima na transfer znanja i planiranje suksesije u obiteljskim poduzećima. Stekla je akademski stupanj doktorice znanosti, znanstvene grane organizacija i menadžment. Zaposlena je kao docentica na Fakultetu poslovne ekonomije Sveučilišta/Univerziteta "VITEZ", oblast poduzetništvo i menadžment. Sudionica je brojnih međunarodnih konferencija i autor više radova iz područja menadžmenta i organizacije. Aktivno vrlada engleskim, francuskim i španjolskim jezikom.





Mr. sc. Ajsela Bučan-Varatanović uposlena je na mjestu kliničkog psihologa pri Kabinetu za psihologiju Pedijatrijske klinike KCU-a u Sarajevu na poslovima psihodijagnostike, savjetovanja, psihoterapije, edukacije i istraživanja. Diplomirala je i magistrirala na Odjeku za psihologiju Filozofskog fakultetu u Sarajevu na temama iz oblasti stresa i suočavanja sa stresom. Autor je više naučnih i stručnih radova koji se bave stresom i suočavanjem sa stresom u različitim kontekstima. Posjeduje dugogodišnje psihodijagnostičko i psihoterapijsko iskustvo koje obuhvata rad sa osobama koje imaju različite psihološke probleme kao posljedice različitih stresnih situacija. Od završetka studija do danas učestvovala je u brojnim stručnim edukacijama iz područja kliničke psihologije. Na supervizijskom je stepenu edukacija iz kognitivno-bihevioralne terapije i EMDR terapije. Do sada je u svojstvu edukatora bila uključena na više edukacija, projekata, škola, uključujući edukacije za psihologe, zdravstvene radnike (redovne edukacije o stresu, izvorima stresa i suočavanju sa stresom, komunikaciji u zdravstvu), korisnike zdravstvenih usluga, roditelje. U svojstvu predavača, edukatora, konsultanta, psihologa i terapeuta su je povremeno angažovala i različita Udruženja, Fondacije, Zavodi i druge organizacije. Također je bila suradnik na više stručnih i znanstvenih projekata. Rezultate svojih istraživanja je do sada prezentirala na više stručnih i znanstvenih skupova u zemlji i inostranstvu.



Jelena Visković, po profesiji Organizacijsko-industrijski psiholog, diplomirala na Katedri za psihologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu 2004. godine, na temu Psihološki podražaji u reklamnim porukama, Psihologija marketinga i oglašavanja. Karijeru razvija radeći u odjelima ljudskih resursa raznih organizacija. Započela je na Radio-televiziji Federacije Bosne i Hercegovine 2003. godine, gdje je nakon diplomiranja nastavila da radi u svojstvu Specijaliste za ljudske resurse i Zamjenika izvršnog direktora za ljudske resurse. Nakon prvi godina rada nastavila je raditi na rukovodnim pozicijama u različitim industrijama od prijevoznih kompanija (Centrotrans Eurolines), konsultantskih agencija (RE:SOURCE), farmaceutske (Pharma Maac) do rudarske industrije (Adriatic Metals, Eastern Mining). Na spomenutim pozicijama postavljala je sisteme upravljanja ljudskim resursima, a neke od osnovnih dužnosti su obuhvatale: vođenje, kreiranje, razvijanje i održavanje sistema, politika i procedura Ljudskih resursa, razvijanje HRIS, edukacija, razvijanje karijere, business coaching, selekcija i odabir kandidata, psihometrijsko testiranje potencijalnih zaposlenika i/ili zaposlenikovih potencijala za razvoj, odabir talenata i slično. Radno iskustvo je istovremeno sticala u nevladinom sektoru, u kojem dodatno razvija profesionalne interese i izoštvara vještine rada sa ljudima u različitim sredinama kroz aktivnosti koje su nerijetko zahtijevale prijenos znanja (treninzi, seminari, radionice) u: European Commission Office Sarajevo, Minority Rights Group, Serb Civic Council, Human Rights House, World Vision, RODA, Friedrich-Ebert-Stiftung. Kao pobornik cijeloživotnog učenja, uvjek unaprjeđuje svoja znanja i vještine, te njeguje osobni razvoj čemu svjedoči njen NLP certifikacija – IN NLP Praktičar ICI i ICI Life i Business Coach, te u toku Master NLP ICI IN NLP praktičarski kurs i magistarske studije na polju kriznog menadžmenta, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Sarajevu.

**Amra Sušić** – social media i digital marketing menadžer. Diplomirala je na Pravnom fakultetu Univerziteta u Sarajevu 2010. godine. Trenutno je magistrant na Pravnom fakultetu Sveučilišta/Univerziteta "VITEZ", smjer Opće pravo.

Posjeduje višegodišnje iskustvo u radu sa nevladnim organizacijama, te u privatnom sektoru, kao samostalna poduzetnica, u oblasti poslovnog savjetovanja.

Porastom trenda korištenja digitalnih marketinških kanala, sa posebnim osvrtom na marketing na društvenim mrežama, svoje interesovanje usmjerava ka toj oblasti, pohađala je više edukacija na polju marketinga na društvenim mrežama, te grafičkog dizajna prvenstveno za potrebe društvenih mreža, počevši sa edukacijom čuvenog Milana Maglova, pionira u marketingu na društvenim mrežama na ovim prostorima.



