



# **NASTAVNI PLAN I PROGRAM**

**DODIPLOMSKI STUDIJ 4+1 i 3+2  
AKADEMSKA GODINA 2024/2025**

## **FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE**

**STUDIJSKI PROGRAM  
PODUZETNIČKI MENADŽMENT  
NPP 2021/2022**

## **STUDIJSKI PROGRAM: PODUZETNIČKI MENADŽMENT**

Radno opterećenje studenata po svim osnovama za 1 ECTS iznosi 30 radnih sati. Radno opterećenje predstavlja ukupno vrijeme potrebno za obavljanje svih studijskih aktivnosti s ciljem postizanja planiranih pedagoško-obrazovnih ishoda. To uključuje sve aspekte koji utječu na vrijeme potrebno za postizanje tih pedagoških ishoda, tj. trajanje svih predmetnih oblika koji su primijenjeni u nastavi, trajanje različitih tipova nastavnih aktivnosti i vježbi i aktivnosti vezanih za učenje i individualni rad, način prezentacije i isporuke rezultata obrazovnih aktivnosti te utrošak vremena za sve vrste procjene rezultata.

Mogući oblici izvođenja nastave i nastavnog rada su: predavanja *in-class i online*, vježbe *in-class i online*, konzultacije *in-class i online*, praktična nastava, klinička praksa, projekti, seminari, stručna praksa, ferijalna praksa, sudjelovanje studenata u znanstvenom i stručnom radu i sl. Ispitno gradivo utvrđuje se Nastavnim planom i programom, odnosno silabusom predmeta, kojim se utvrđuje način, provedba i trajanje ispita. Metrika i metodika studija, ECTS kredit bodovi, ispitivanje i ocjenjivanje studenata detaljnije su regulirani Pravilima studiranja I, II i III ciklusa studija.

Na studijskom programu **PODUZETNIČKI MENADŽMENT** organizirani su sljedeći smjerovi:

- 1.1. smjer Poduzetništvo i menadžment
- 1.2. smjer Digitalna ekonomija
- 1.3. smjer Marketing menadžment

### **Smjer: PODUZETNIŠTVO I MENADŽMENT**

Znanje koje završeni student dobija: znanja temeljnih ekonomskih disciplina, planiranje poslovanja, organizacija, operacijski menadžment, marketing, rukovođenje odjelima kompanija, kontrola poslovanja, poslovno odlučivanje, formiranje cijena, vanjskotrgovinsko poslovanje, pokretanje i razvijanje vlastitog malog biznisa, upravljanje projektima, ljudski resursi, poslovno prognoziranje, strateški menadžment, osnove elektronskog poslovanja i digitalnog marketinga, menadžment investicija.

Kompetencije koje dobija student - poslovi koje završeni student može obavljati:

pokretanje i razvijanje poduzetničke ideje, upravljanje procesima u proizvodnim, trgovinskim i uslužnim djelatnostima na izvršnim i upravljačkim nivoima, planiranje asortimana, poslovi malog i srednjeg biznisa, planiranje i organiziranje poslovanja, rukovođenje odjelima u proizvodnim i uslužnim djelatnostima, bankama, obrazovnim ustanovama, javnom sektoru, neprofitnim organizacijama, operativni poslovi svih poslovnih funkcija.

## **Smjer: DIGITALNA EKONOMIJA**

Znanje koje završeni student dobija: znanja temeljnih ekonomskih disciplina, stjecanje znanja o upravljanju inovacijama u području digitalne ekonomije, digitalnoj ekonomiji i ekonomskim modelima, poslovnim procesima koji se oslanjaju na nove tehnologije, strukturiranju i funkcioniranju digitalnih tržišta, poslovnim modelima. Studenti će steći znanje kako uspješno upravljati organizacijskim promjenama i koristiti poslovnu inteligenciju za podršku donošenju poslovnih odluka.

Kompetencije koje dobija student - poslovi koje završeni student može obavljati:

Studenti mogu raditi širok spektar poslova u planiranju i pokretanju biznisa baziranog na elektronskom poslovanju ili njegovoj kombinaciji, poslovi upravljanja na svim nivoima u proizvodnom, uslužnom i javnom sektoru, bankama, obrazovnim ustanovama i dr., a koje svoj rad baziraju na elektronskom poslovanju, poslovi bazirani na korištenju poslovne inteligencije, sudjelovanje u razvoju projektata i inovacija, kao i operativni poslovi koji zahtijevaju primjenu savremenih tehnologija.

## **Smjer: MARKETING MENADŽMENT**

Znanje koje završeni student dobija: znanja temeljnih ekonomskih disciplina, planiranje poslovanja, organizacija poslovanja, poslovno odlučivanje, organizacija i upravljanje marketingom, istraživanje i segmentacija tržišta, tržišne i marketinške strategije, razrada komponenti marketing miksa (cijena, proizvoda i usluga, distribucije i promocije), tržišno pozicioniranje, komuniciranje sa potrošačima i javnošću, upravljanje odnosima sa poslovnim i krajnjim kupcima, izgradnja i upravljanje brendovima, mjerenje efekata marketinga.

Kompetencije koje dobija student - poslovi koje završeni student može obavljati:

Studenti mogu raditi na poslovima: upravljanje različitim vrstama djelatnosti proizvodnje, trgovine i usluga, organizacija i vođenje službe ili odjela marketinga i prodaje, istraživanja tržišta i potrošača, analiza i razrada prodajnog asortimana, izrada politike cijena, kreiranje i provođenje promotivnih kampanja putem tradicionalnih ili digitalnih medija, izrada marketinških planova, planiranje novih ili jačanje postojećih brendova kompanija ili institucija, odnosi sa javnošću, implementacija marketinških metrika u poslovanju.

Završetkom jednog od smjerova studijskog programa 4+1 student dobija slijedeće zvanje:  
Bakalaureat/Bachelor Ekonomije (8 semestara – 240 ECTS)

- Bakalaureat/bachelor Ekonomije, smjer: Poduzetništvo i menadžment
- Bakalaureat/bachelor Ekonomije, smjer: Digitalna ekonomija
- Bakalaureat/bachelor Ekonomije, smjer: Marketing menadžment

Završetkom smjera studijskog programa 3+2 student dobija slijedeće zvanje:  
Bakalaureat/Bachelor Ekonomije (6 semestara – 180 ECTS)

- Bakalaureat/bachelor Ekonomije, smjer: Poduzetništvo i menadžment

Diploma prvog ciklusa studija izdaje se u skladu sa Pravilnikom o dodjeljivanju akademskih titula i diploma na Sveučilištu "Vitez". Završni rad predstavlja samostalni izraz stečenih znanja tijekom studija. Student stječe pravo da bira temu završnog rada i mentora nakon upisa u VII, odnosno VIII semestar na studijskog programu 4+1, te nakon upisa u V odnosno VI semestar studijskog programa 3+2. Student piše završni rad iz oblasti studijskog programa i predmeta za koji se opredijelio. Način završetka studija i izrada završnog rada detaljnije su precizirani u Pravilima studiranja I, II i III ciklusa studija, kao i u Statutu.

#### 1. Upis na I godinu studija

Pri upisu na prvu godinu prvog ciklusa studija kandidati ne polažu prijemni, odnosno kvalifikacijski ispit ukoliko je broj prijavljenih kandidata koji zadovoljavaju uvjete manji od broja kandidata koji su planirani za upis na prvu godinu studija i koji su naznačeni u natječaju.

Kandidati koji su konkurirali za upis na prvu godinu prvog ciklusa studija polažu kvalifikacijski ispit ukoliko je broj prijavljenih kandidata veći od planiranog broja kandidata za upis. Kvalifikacijski ispit obuhvaća znanje iz opće kulture i programskih sadržaja srednjeg obrazovanja. Kvalifikacijski ispit se polaže u pismenoj formi. Kvalifikacijski ispit i utvrđivanje rang-liste kandidata obavlja Povjerenstvo kojeg imenuje rektor Sveučilišta. Dekan može donijeti odluku o naknadnom, izvanrednom upisu studenta ako za to postoje opravdani razlozi. Opravdani razlozi mogu biti smrtni slučaj, bolest, radne obveze, boravak van zemlje i ostali razlozi koji se mogu pismeno opravdati.

#### 2. Upis u II i III godinu studija

Kako bi student upisao narednu godinu studija obavezan je ispuniti sve prethodno predviđene obveze iz nastavnog plana i programa. Student može upisati narednu godinu studija s najviše 15 (petnaest) ECTS bodova iz prethodne akademske godine. Student može samo jednom u toku akademske godine podnijeti Zahtjev za promjenu statusa, i to po završetku bloka nastave.

#### 3. Upis u IV godinu studija

Student može upisati izravno IV. godinu nakon završenog trogodišnjeg studija i stečenog zvanja *Bachelor/Bakalaureat* sa 180 ECTS. Studenti četverogodišnjeg studija IV. godinu upisuju pod istim uvjetima kao II. i III. godinu. Akademska Povjerenstvo obavlja vrednovanje stečenog stupnja i ulazne razine u skladu s odredbama članaka 60.-64. Pravila studiranja I, II i III ciklusa studija. Detaljna procedura i uvjeti upisa u II, III i IV godinu studija regulirani su Pravilima studiranja za I, II i III ciklus studija.

#### 4. Prelazak sa druge visokoškolske ustanove i produžetak studija

Studentima koji tijekom tekuće akademske godine prelaze s drugog Sveučilišta ili studentima koji imaju položene ispite u prethodnom školovanju, priznaju se položeni ispiti Rješenjem dekana, a na osnovu prijedloga akademskog Povjerenstva za prvi ciklus studija, koju imenuje dekan na prijedlog Znanstveno-nastavnog vijeća.

Priznavanje ispita iz prethodnog školovanja obavlja se na osnovu uvida u ovjerene i autentične dokumente kojima se dokazuju plan i program prethodnog školovanja, položeni ispiti i ostvareni uspjeh kao što su: prijepis ocjena, uvjerenje o položenim ispitima, original

studentske knjižice, dodatak diplomi (*diploma supplement*), *transcript of records* i drugi dokumenti koji imaju svojstvo javne isprave i koji su utvrđeni zakonskim i podzakonskim aktima.

Povjerenstvo priznaje studentu položene ispite iz onih nastavnih predmeta koji su po sadržaju prema nastavnom planu i programu podudarni najmanje 55% s nastavnim programom odgovarajućeg predmeta koji se izučava na Sveučilištu.

U skladu s principom cjeloživotnog učenja i priznavanja prava na obrazovanja, kao osnovnog ljudskog prava, Sveučilište će omogućiti produžetak školovanja i neće diskriminirati studente koji prelaze s drugog Sveučilišta, studente koji imaju diplomu iz prethodnog školovanja, studente koji imaju položene ispite u prethodnom školovanju po bilo kojem osnovu (diploma stečena u nekoj od Republika bivše Jugoslavije, diploma stečena u višoj školi, diploma stečena u školi koja je prestala s radom, politička struktura predavača itd.) u skladu s matičnim oblastima Sveučilišta i odredbama Pravila studiranja I, II i III ciklusa studiranja.

Ukoliko su ispiti koji se prenose položeni na visokoškolskoj ustanovi, koja je matična iz istih znanstvenih oblasti u kojima je matičan određeni fakultet Sveučilišta, tada student na fakultetu Sveučilišta može upisati sljedeću godinu studija u odnosu na godinu studija koja mu je priznata na visokoškolskoj ustanovi.

Ukoliko su ispiti koji se prenose položeni na visokoškolskoj ustanovi, koja nije matična u istim znanstvenim oblastima u kojima je matičan određeni fakultet Sveučilišta, tada student na određenom fakultetu Sveučilišta može upisati onu godinu studija koja odgovara broju priznatih kredit-bodova i to:

- najmanje 40 priznatih ECTS kredit bodova za upis u drugu godinu studija;
- najmanje 90 priznatih ECTS kredit bodova za upis u treću godinu studija;
- najmanje 150 priznatih ECTS kredit bodova za upis u četvrtu godinu studija.

Rektor Sveučilišta može odobriti upis studenata na drugu, treću ili četvrtu godinu studija i s manje ECTS priznatih kredit bodova u visini jednog predmeta, koji će student položiti u roku od 60 dana po upisu.

Detaljna procedura prelaska sa drugih Sveučilišta i priznavanje položenih ispita je regulirana Pravilima studiranja za I, II i III ciklus studija.

## PRVA GODINA ZAJEDNIČKA ZA SVE SMJEROVE

### 3+2 Poduzetništvo i menadžment

### 4+1 Poduzetništvo i menadžment; Digitalna ekonomija, Marketing menadžment

#### I SEMESTAR

Br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.01.E001	UVOD U EKONOMIJU	30	12	20	-	-	118	180	6
2.	5.05.01.E002	SOCIOLOGIJA ZA EKONOMISTE	30	12	20	-	-	88	150	5
3.	1.06.01.E003	MATEMATIKA ZA EKONOMISTE	30	12	20	-	-	148	210	7
4.	5.01.06.E004	STATISTIKA	30	15	20	-	-	145	210	7
5.	6.03.E005	STRANI JEZIK I	30	30	20	-	-	70	150	5
		<b>UKUPNO</b>	<b>150</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>569</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

#### II SEMESTAR

Br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.04.E006	MARKETING	30	12	15	25	-	158	240	8
2.	5.01.02.E008	MENADŽMENT	30	12	15	25	-	158	240	8
3.	2.09.03.I009	POSLOVNA INFORMATIKA	30	12	10	25	-	163	240	8
4.	6.03.E010	STRANI JEZIK II	30	30	15	-	-	105	180	6
		<b>UKUPNO</b>	<b>120</b>	<b>66</b>	<b>55</b>	<b>75</b>	<b>-</b>	<b>584</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

Legenda: P= predavanja, V= vježbe, SI = Seminarski i grupni radovi, PN = praktična nastava, SP = Stručna i ferijalna praksa, IU = Individualno učenje, IZ= Istraživanje izvora, DZ=Domaće zadaće, IR = individualni rad

## DRUGA GODINA ZAJEDNIČKA ZA SVE SMJEROVE

### 3+2 Poduzetništvo i menadžment

### 4+1 Poduzetništvo i menadžment; Digitalna ekonomija, Marketing menadžment

#### III SEMESTAR

Br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.01.E011	MIKROEKONOMIJA	30	12	10	-	-	128	180	6
2.	5.01.03.E012	MONETARNE I JAVNE FINACIJE	30	12	15	10	-	143	210	7
3.	5.01.05.E013	RAČUNOVODSTVO	30	12	10	25	-	133	210	7
4.	5.02.04.P075	POSLOVNO PRAVO	30	12	10	-	-	98	150	5
5.	5.01.02.E015	ORGANIZACIONO PONAŠANJE	30	12	10	25	-	73	150	5
		<b>UKUPNO</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>575</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

#### IV SEMESTAR

Br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.01.E016	MAKROEKONOMIJA	30	12	10	-	-	128	180	6
2.	5.01.01.E017	EKONOMSKI RAZVOJ I EKOLOGIJA	30	12	10	-	-	128	180	6
3.	5.01.03.E018	FINANCIJSKI MENADŽMENT	30	12	20	20	-	98	180	6
4.	5.01.02.E019	PODUZETNIŠTVO	30	12	10	25	-	103	180	6
5.	5.01.01.E020	MEĐUNARODNA EKONOMIJA	30	12	10	-	-	128	180	6
		<b>UKUPNO</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>45</b>	<b>-</b>	<b>585</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

Legenda: P= predavanja, V= vježbe, SI = Seminarski i grupni radovi, PN = praktična nastava, SP = Stručna i ferijalna praksa, IU = Individualno učenje, IZ= Istraživanje izvora, DZ=Domaće zadaće, IR = individualni rad

## TREĆA GODINA ZAJEDNIČKI V SEMESTAR ZA SVE SMJEROVE

### 3+2 Poduzetništvo i menadžment

### 4+1 Poduzetništvo i menadžment; Digitalna ekonomija, Marketing menadžment

#### V SEMESTAR 3+2 i 4+1

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR	Ukupno	ECTS
			P	V	SI	PN	SP	IU IZ DZ		
1.	5.01.02.E021	MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA	30	12	10	20	-	138	210	7
2.	5.01.01.E022	MAKROSUSTAV EU	30	12	10	20		188	240	8
3	5.01.02.E053	POSLOVNO ODLUČIVANJE	30	12	10	20		138	210	7
4.	5.01.06.E024	KVANTITATIVNE METODE U EKONOMJI	30	15	15	-	-	160	240	8
		UKUPNO	120	51	45	60		624	900	30

### Smjer: Poduzetništvo i menadžment

#### VI SEMESTAR 3+2

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR	Ukupno	ECTS
			P	V	SI	PN	SP	IU IZ DZ		
1.	5.01.E029	FERIJARNA PRAKSA	-	-	-	-	170	10	180	6
2.	5.01.04.E031	ISTRAŽIVANJE MARKETINGA	30	12	10	20	-	138	210	7
3.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
4.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
5.		ZAVRŠNI RAD	-	-	-	-	-	210	210	7
		UKUPNO	90	36	30	60	170	514	900	30

### Smjer: Poduzetništvo i menadžment

### Smjer: Digitalna ekonomija

### Smjer: Marketing menadžment

#### VI SEMESTAR 4+1

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR	Ukupno	ECTS
			P	V	SI	PN	SP	IU IZ DZ		
1.	5.01.E029	FERIJARNA PRAKSA	-	-	-	-	170	10	180	6
2.	5.01.04.E031	ISTRAŽIVANJE MARKETINGA	30	12	10	20	-	138	210	7
3.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
4.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
5.	5.01.02.E082	MENADŽMENT OBITELJSKIH PODUZEĆA	30	12	10	20	-	138	210	7
		UKUPNO	120	48	40	80	170	442	900	30

Legenda: P= predavanja, V= vježbe, SI = Seminarski i grupni radovi, PN = praktična nastava, SP = Stručna i ferijalna praksa, IU = Individualno učenje, IZ= Istraživanje izvora, DZ=Domaće zadaće, IR = individualni rad

## ČETVRTA GODINA

**Smjer: Poduzetništvo i menadžment**

### VII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.03.E034	MENADŽMENT INVESTICIJA	30	12	30	20	-	118	210	7
2.	5.01.04.E041	POSLOVNO KOMUNICIRANJE	30	12	30	15	-	93	180	6
3.	5.01.01.E036	VANJSKOTRGOVINSKO POSLOVANJE	30	12	30	-	-	138	210	7
4.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
5.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
		<b>UKUPNO</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>110</b>	<b>75</b>	<b>-</b>	<b>505</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

### VIII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.02.E039	OPERACIJSKI MENADŽMENT	30	12	30	20	-	118	210	7
2.	5.01.02.E042	STRATEŠKI MENADŽMENT	30	12	30	20	-	148	240	8
3.	5.01.04.E067	DIGITALNI MARKETING	30	12	30	20	-	148	240	8
4.		ZAVRŠNI RAD	-	-	-	-	-	210	210	7
		<b>UKUPNO</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>624</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

**Smjer: Digitalna ekonomija**

### VII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.01.E083	DIGITALNA EKONOMIJA I EKONOMSKI MODELI	30	12	30	20	-	118	210	7
2.	5.01.02.E084	UPRAVLJANJE PROJEKTIMA U POSLOVNIM SISTEMIMA	30	12	30	15	-	93	180	6
3.	2.09.03.I020	BAZE PODATAKA	30	12	30	20	-	138	210	7
4.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
5.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
		<b>UKUPNO</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>110</b>	<b>75</b>	<b>-</b>	<b>505</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

### VIII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.02.E085	MENADŽMENT INOVACIJA	30	12	30	-	-	138	210	7
2.	2.09.03.I046	POSLOVNA INTELIGENCIJA	30	12	30	20	-	148	240	8
3.	5.01.04.E067	DIGITALNI MARKETING	30	12	30	20	-	148	240	8
4.		ZAVRŠNI RAD	-	-	-	-	-	210	210	7
		<b>UKUPNO</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>624</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

## Smjer: Marketing menadžment

### VII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.04.E035	PONAŠANJE POTROŠAČA	30	12	30	20	-	118	210	7
2.	5.01.04.E041	POSLOVNO KOMUNICIRANJE	30	12	30	15	-	93	180	6
3.	5.01.04.E086	UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA	30	12	30	-	-	138	210	7
4.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
5.		IZBORNI PREDMET	30	12	10	20	-	78	150	5
		UKUPNO	150	60	110	75	-	505	900	30

### VIII SEMESTAR

Br	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					IR IU IZ DZ	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	PN	SP			
1.	5.01.04.E087	MARKETING USLUGA	30	12	30	20	-	118	210	7
2.	5.01.04.E088	KANALI MARKETINGA	30	12	30	20	-	148	240	8
3.	5.01.04.E067	DIGITALNI MARKETING	30	12	30	20	-	148	240	8
4.		ZAVRŠNI RAD	-	-	-	-	-	210	210	7
		UKUPNO	90	36	90	60	-	624	900	30

Legenda: P= predavanja, V= vježbe, SI = Seminarski i grupni radovi, PN = praktična nastava, SP = Stručna i ferijalna praksa, IU = Individualno učenje, IZ= Istraživanje izvora, DZ=Domaće zadaće, IR = individualni rad

### UKUPNO OPTEREĆENJE STUDIJSKOG PROGRAMA 4+1

	NASTAVNE AKTIVNOSTI					Individualni rad studenata	Ukupno	ECTS
	TEORIJSKA NASTAVA			PRAKTIČNA NASTAVA				
	P	V	S/I	PN	SP			
I GODINA	270	147	155	75	-	1153	1800	60
II GODINA	300	120	115	105	-	1160	1800	60
III GODINA	240	99	85	140	170	1066	1800	60
IV GODINA	240	96	200	135	-	1129	1800	60
UKUPNO	1050	462	555	455	170	4508	7200	240
	2067			625				

### UKUPNO OPTEREĆENJE STUDIJSKOG PROGRAMA 3+2

	NASTAVNE AKTIVNOSTI					Individualni rad studenata	Ukupno	ECTS
	TEORIJSKA NASTAVA			PRAKTIČNA NASTAVA				
	P	V	S/I	PN	SP			
I GODINA	270	147	155	75	-	1153	1800	60
II GODINA	300	120	115	105	-	1160	1800	60
III GODINA	210	87	75	120	170	1138	1800	60
UKUPNO	780	354	345	300	170	3451	5400	180
	1479			470				

## NASTAVNI PLAN

### izbornog programa studija na Fakultetu poslovne ekonomije

#### 1. Ciljevi izbornog programa

Izborni program zajedno sa obaveznim programom čini redovni studij u okviru kojeg se stiče cenzus od 60 ECTS kreditbodova za jednu akademsku godinu. Izborni program nije opcioni u smislu obaveze studenta da definiše svoj program i da ga uspješno realizuje, nego su izborni predmeti opcioni u smislu mogućnosti studenta da izvrši odgovarajući izbor.

#### 2. Kriterijumi odabira izbornog programa

Izborni program studija predstavlja dio Nastavnog plana i programa Fakulteta Poslovne ekonomije.

Prilikom odabira izbornih predmeta student vodi računa o sljedećim kriterijima:

- Broj odabranih predmeta mora da odgovara planiranom broju izbornih predmeta prema nastavnom planu studijske grupe. Student ne može da odabere manji broj predmeta od broja koji je planiran nastavnim planom. Kvantitativni pregled broja izbornih predmeta sa njihovim težinskim faktorom izraženim u sumi ECTS kreditbodova dat je u tabelarnom obliku.
- Izborni predmeti moraju biti vremenski transparentno raspoređeni u skladu sa dinamikom nastavnog plana i programa. Student ne može izabrati sve izborne predmete za realizaciju u okviru jednog semestra
- Student ne može da odabere predmete, koje već ima u nastavnom programu svoje studijske grupe, u višim godinama studija, kao obavezne.

#### 3. Način realizacije izbornog programa

Ukoliko se izabrani predmet realizuje u okviru redovnog i obaveznog programa u pojedinim studijskim grupama pojedinih fakulteta Sveučilišta Vitez, tada se student slobodno priključuje toj grupi i u okviru iste grupe savladava sve nastavne obaveze predviđene za taj predmet. Svi studenti Sveučilišta Vitez imaju pravo da realizuju svoj izborni program bez obzira na kojem Fakultetu odnosno na kojoj organizacionoj jedinici se organizuje navedeni predmet. U realizaciji tog programa studenti imaju sva prava kao da su upisani na istom Fakultetu. Student mora da vodi računa o parametrima rasporeda predmeta koje je odabrao kao svoje izborne predmete.

## ZAJEDNIČKI IZBORNI PREDMETI

	NAZIV PREDMETA	ECTS	SEMESTAR	ŠIFRA PREDMETA	BROJ PREDMETA
1.	DIGITALNI MEDIJI	5	ZI/VI/VII	2.09.02.I033	I033
2.	PODUZETNIŠTVO U e-BIZNISU	5	ZI/VI/VII	5.01.02.E055	E055
3.	MARKETING NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	5	ZI/VI/VII	5.01.04.E054	E054
4.	MENADŽMENT POSLOVNIH INFORMACIONIH SISTEMA	5	ZI/VI/VII	2.09.01.I026	I026

## LISTA IZBORNIH PREDMETA ZA SMJER: PODUZETNIŠTVO I MENADŽMENT

	NAZIV PREDMETA	ECTS	SEMESTAR.	ŠIFRA PREDMETA	BROJ PREDMETA
1.	POSLOVNA ETIKA	5	IS/PM VI/VII	5.01.02.E047	E047
2.	LIDERSTVO	5	IS/PM VI/VII	5.01.02.E048	E048
3.	PLANIRANJE I ANALIZA KVALITETE	5	IS/PM VI/VII	5.01.02.E050	E050
4.	STRATEŠKI MENADŽMENT U TURIZMU	5	IS/PM VI/VII	5.01.02.E052	E052
5.	UPRAVLJENJE ORGANIZACIJSKIM PROMJENAMA	5	IS/PM VI/VII	5.01.02.E089	E089

## LISTA IZBORNIH PREDMETA ZA SMJER: DIGITALNA EKONOMIJA

	NAZIV PREDMETA	ECTS	SEMESTAR	ŠIFRA PREDMETA	BROJ PREDMETA
1.	ELEKTRONSKO POSLOVANJE	5	IS/DE VI/VII	2.09.02.I015	I015
2.	SISTEMI ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU	5	IS/DE VI/VII	2.09.01.I018	I018
3.	ELEKTRONSKO BANKARSTVO	5	IS/DE VI/VII	5.01.03.E062	E062
4.	e-UPRAVA	5	IS/DE VI/VII	5.02.02.P077	P007
5.	POSLOVNA PROGNOSTIKA	5	IS/DE VI/VII	5.01.06.E007	E007

## LISTA IZBORNIH PREDMETA ZA SMJER: MARKETING MENADŽMENT

	NAZIV PREDMETA	ECTS	SEMESTAR	ŠIFRA PREDMETA	BROJ PREDMETA
1.	VREDNOVANJE MARKE	5	IS/MM VI/VII	5.01.04.E056	E056
2.	UPRAVLJANJE MARKETINGOM	5	IS/MM VI/VII	5.01.04.E090	E090
3.	BREND MENADŽMENT	5	IS/MM VI/VII	5.01.04.E091	E091
4.	UPRAVLJANJE ZADOVOLJSTVOM KLIJENATA	5	IS/MM VI/VII	5.01.04.E092	E092
5.	OSOBNÁ PRODAJA I PREGOVARANJE	5	IS/MM VI/VII	5.01.04.E093	E093

Legenda: Poduzetništvo i menadžment (PM); Digitalna ekonomija (DE); Marketing menadžment (MM)

ZI = ZAJEDNIČKI IZBORNI

IS/\_ = IZBORNI SMJERSKI SA OZNAKOM SMJERA

**PREGLED PREDMETA I CIKLUSA STUDIJA ZA STUDIJSKI PROGRAM: PODUZETNIČKI MENADŽMENT**

R/B	NAZIV PREDMETA	STATUS PREDMETA	Broj predmeta
1.	UVOD U EKONOMIJU	OZ	E001
2.	SOCIOLOGIJA ZA EKONOMISTE	OZ	E002
3.	MATEMATIKA ZA EKONOMISTE	OZ	E003
4.	STATISTIKA	OZ	E004
5.	STRANI JEZIK I	OZ	E005
6.	MARKETING	OZ	E006
7.	MENADŽMENT	OZ	E008
8.	POSLOVNA INFORMATIKA	OZ	I009
9.	STRANI JEZIK II	OZ	E010
10.	MIKROEKONOMIJA	OZ	E011
11.	MONETARNE I JAVNE FINACIJE	OZ	E012
12.	RAČUNOVODSTVO	OZ	E013
13.	POSLOVNO PRAVO	OZ	P075
14.	ORGANIZACIONO PONAŠANJE	OZ	E015
15.	MAKROEKONOMIJA	OZ	E016
16.	EKONOMSKI RAZVOJ I EKOLOGIJA	OZ	E017
17.	FINANCIJSKI MENADŽMENT	OZ	E018
18.	PODUZETNIŠTVO	OZ	E019
19.	MEĐUNARODNA EKONOMIJA	OZ	E020
20.	MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA	OZ	E021
21.	MAKROSUSTAV EU	OZ	E022
22.	POSLOVNO ODLUČIVANJE	OZ	E053
23.	KVANTITATIVNE METODE U EKONOMIJI	OZ	E024
24.	FERIJALNA PRAKSA	OZ	E029
25.	ISTRAŽIVANJE MARKETINGA	OZ	E031
26.	MENADŽMENT OBITELJSKIH PODUZEĆA	OZ	E082
27.	MENADŽMENT INVESTICIJA	OS/PM	E034
28.	VANJSKOTRGOVINSKO POSLOVANJE	OS/PM	E036
29.	OPERACIJSKI MENADŽMENT	OS/PM	E039
30.	STRATEŠKI MENADŽMENT	OS/PM/DE	E042
31.	DIGITALNI MARKETING	OZ	E067
32.	DIGITALNA EKONOMIJA I EKONOMSKI MODELI	OS/DE	E083
33.	POSLOVNA INTELIGENCIJA	OS/DE	I046
34.	MENADŽMENT INOVACIJA	OS/DE	E085
35.	UPRAVLJANJE PROJEKTIMA U POSLOVNIM SISTEMIMA	OS/DE	E084
36.	BAZE PODATAKA	OS/DE	I020
37.	PONAŠANJE POTROŠAČA	OS/MM	E035
38.	POSLOVNO KOMUNICIRANJE	OS/MM	E041
39.	UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KUPCIMA	OS/MM	E086
40.	MARKETING USLUGA	OS/MM	E087
41.	KANALI MARKETINGA	OS/MM	E088
42.	DIGITALNI MEDIJI	ZI	I033
43.	PODUZETNIŠTVO U E – BIZNISU	ZI	E055
44.	MARKETING NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	ZI	E054
45.	MENADŽMENT POSLOVNIH INFORMACIONIH SISTEMA	ZI	I026
46.	POSLOVNA ETIKA	IS/PM	E047
47.	LIDERSTVO	IS/PM	E048
48.	PLANIRANJE I ANALIZA KVALITETE	IS/PM	E050
49.	STRATEŠKI MENADŽMENT U TURIZMU	IS/PM	E051
50.	POSLOVNA PROGNOSTIKA	IS/DE	E007
51.	ELEKTRONSKO POSLOVANJE	IS/DE	I015

<b>52.</b>	<b>SISTEMU ZA PODRŠKU U ODLUČIVANJU</b>	<b>IS/DE</b>	<b>I018</b>
<b>53.</b>	<b>ELEKTRONSKO BANKARSTVO</b>	<b>IS/DE</b>	<b>E062</b>
<b>54.</b>	<b>e-UPRAVA</b>	<b>IS/DE</b>	<b>P077</b>
<b>55.</b>	<b>UPRAVLJANJE ORGANIZACIJSKIM PROMJENAMA</b>	<b>IS/PM</b>	<b>E089</b>
<b>56.</b>	<b>VREDNOVANJE MARKE</b>	<b>IS/MM</b>	<b>E056</b>
<b>57.</b>	<b>UPRAVLJANJE MARKETINGOM</b>	<b>IS/MM</b>	<b>E090</b>
<b>58.</b>	<b>BREND MENADŽMENT</b>	<b>IS/MM</b>	<b>E091</b>
<b>59.</b>	<b>UPRAVLJANJE ZADOVOLJSTVOM KLIJENATA</b>	<b>IS/MM</b>	<b>E092</b>
<b>60.</b>	<b>OSOBNA PRODAJA I PREGOVARANJE</b>	<b>IS/MM</b>	<b>E093</b>
<b>61.</b>	<b>ZAVRŠNI RAD</b>		

Legenda: Poduzetništvo i menadžment (PM); Digitalna ekonomija (DE); Marketing menadžment (MM)

**OZ = OBAVEZNI ZAJEDNIČKI**

**OS/\_ = OBAVEZNI SMJERSKI SA OZNAKOM SMJERA**

**IS/\_ = IZBORNI SMJERSKI SA OZNAKOM SMJERA**

**ZI = ZAJEDNIČKI IZBORNI**

# **SILABUSI PREDMETA**

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Uvod u ekonomiju					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E001	<b>Godina studija</b>	I			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa osnovnim ekonomskim pojmovima i teorijama kao i sa fundamentalnim principima funkcioniranja tržišnog sistema, koncepta korisnosti, određivanje nacionalnog dohotka i uloge novca u ekonomiji					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Poznavanje osnovnih ekonomskih pojmova; poznavanje zakona ponude i potražnje; sposobnost izračunavanja cjenovne elastičnosti; sposobnost izračunavanja dohodovne elastičnosti; sposobnost izračunavanja unakrsne elastičnosti; poznavanje tržišta; razumjevanje korisnosti potražnje i ponašanja potrošača; sposobnost mjerenja GDP i GNP-a; razumjevanje globalizacije; razumjevanje uloge novca u ekonomiji;					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Pojmovne i metodološke osnove ekonomije kaonauke (1 čas) 2. Temeljni ekonomski pojmovi i principi (2 časa) 3. Tržište (ponuda i potražnja, elastičnost ponude itražnje, tržište i demokratija (3 časa) 4. Faktorska tržišta (2 časa) 5. Korisnost tražnje i ponašanje potrošača (3 časa) 6. Nesavršenost tržišta (nepotpuna konkurencija inefikasnost tržišta, ekstrenalije, javna dobra) (5 časova) 7. Novac i inflacija (2 časa) 8. Mjerenje ukupne ekonomske moći, gdp i gnp, kružnitok dobara i dohotka (3 časa) 9. Ekonomski razvoj (3 časa) 10. Globalizacija (2 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,6	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,2	<b>Ostalo (Studij slučaja)</b>	0,6
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova				
	1. Prisustvo na predavanjima - 5% 2. Prisustvo na vježbama - 5% 3. Seminarski rad (pismeni dio) - 10% 4. Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10% 5. Studij slučaja - 10% 6. Kolokvij - 30% 7. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30% UKUPNO - 100%	Ocjena	Broj bodova		
		5	0-54		
		6	55-64		
		7	65-74		
		8	75-84		
		9	85-94		
		10	95-100		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	HODŽIĆ, K., ARNAUT, E, MAHMUTOVIĆ, H, KURTOVIĆ, H., "OSNOVE EKONOMIJE", SVEUČILIŠTE/ UNIVERZITET "VITEZ", VITEZ, 2014.	4			
<b>Dopunska literatura</b>	1. SAMUELSON, A. P., & NORDHAUS, W., „EKONOMIJA“, XVIII IZDANJE, MATE, ZAGREB, 2007. GODINE 2. MANKIW, G. „OSNOVE EKONOMIJE“, HARWARD UNIVERSITY, III IZDANJE, PRIJEVOD „MATE“ ZAGREB, 2006. GODINE				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Sociologija za ekonomiste					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.05.01.E002	<b>Godina studija</b>		I		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa savremenim sociološkim procesima i utjecajem na ekonomiju. Studenti će savladati pojmove društvenih struktura i različiti statusi ekonomije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Osnovna znanja o sociologiji kao nauci; spoznati predmet i metode sociologije; upoznati društvene strukture; usvojiti osnovna znanja o državi, naciji i porodici; usvojiti i spoznati glavne značajke religije; usvojiti i spoznati glavne značajke kulture i ideologije; usvojiti i spoznati glavne značajke morala; razumjevanje društvenoj razvoja i ekonomije; osnovna znanja o pristupu osnivanja i izrade projekta; osnovna znanja o istraživačkim procesima i pisanju radova;					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvodno razmatranje o sociologiji za ekonomiste</li> <li>2. Razvoj sociologije – kratki pregled</li> <li>3. Predmet i metode u sociologiji</li> <li>4. Društvene strukture – odnosi u proizvodnji, razmjeni, raspodjeli i potrošnji</li> <li>5. Država, nacija, porodica</li> <li>6. Religija, kultura, ideologija, moral</li> <li>7. Društveni razvoj i ekonomija</li> <li>8. Definiranje nauke i naučne metode</li> <li>9. Pristup osnivanju i izrade projekta</li> <li>10. Istraživački proces i pisanje rada</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Ostalo (Studij slučaja)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	0	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova		
	2.Prisustvo na vježbama - 5%		Ocjena	Broj bodova	
	3.Seminarski rad (pismeni dio) - 10%		5	0-54	
	4.Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10%		6	55-64	
	5.Studij slučaja - 10%		7	65-74	
	6.Kolokvij - 30%		8	75-84	
	7.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%		9	85-94	
UKUPNO - 100%		10	95-100		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	HODŽIĆ, K., ARNAUT, E, MAHMUTOVIĆ,H,KURTOVIĆ, H., "OSNOVE EKONOMIJE", SVEUČILIŠTE/ UNIVERZITET "VITEZ", VITEZ, 2014.	4			
<b>Dopunska literatura</b>	1. SAMUELSON , A. P., &NORDHAUS, W., „EKONOMIJA“, XVIII IZDANJE, MATE, ZAGREB, 2007. GODINE 2. MANKIW, G. „OSNOVE EKONOMIJE“, HARWARD UNIVERSITY, III IZDANJE, PRIJEVOD „MATE“ ZAGREB, 2006. GODINE				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Matematika za ekonomiste				
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski				
<b>Šifra predmeta</b>	1.06.01.E003	<b>Godina studija</b>	<b>I</b>		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Esad Jakupović	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	<b>7</b>		
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Marija Šantić				
<b>OPIS PREDMETA</b>					
<b>CILJ PREDMETA</b>	Osposobiti studenta da savlada i razumije elemente više matematike koji se koriste u analizi drugih naučnih disciplina u oblasti ekonomije, a u cilju lakšeg razumijevanja i analiziranja tih naučnih oblasti.				
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Uspješnim završetkom odnosnog predmeta i savladavanjem gradiva, odnosno, usvajanjem modula znanja i vještina planiranih nastavnim programom za ovaj predmet student će biti u stanju da:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koristi elemente algebre (logika, skupovi, relacije, preslikavanja, algebarske strukture) u procesu matematičkog logičkog zaključivanja</li> <li>2. Koristi elemente linearne algebre u analiziranju ekonomskih pojava</li> <li>3. Ispita i primjeni numeričke funkcije u elementima ekonomske analize</li> </ol> <p>Postavi i riješi diferencijalnu jednačinu i da razumije elemente diferencijalnog računa i integralnog računa primjenjene u analiziranju ekonomskih pojava</p>				
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U ALGEBRU</li> <li>2. LINEARNA ALGEBRA</li> <li>3. NUMERIČKE FUNKCIJE</li> <li>4. DIFERENCIJALNI RAČUN</li> <li>5. INTEGRALNI RAČUN</li> </ol>				
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave i vježbi</b>	1,4	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>
	<b>Esej</b>	2,1	<b>Seminarski rad</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>
	<b>Kolokvij</b>	1,4	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>
	<b>Pismeni ispit</b>	2.1	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	Ocjena	Broj bodova		
	5	0-54		
	6	55-64		
	7	65-74		
	8	75-84		
	9	85-94		
10	95-100			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Esad J akupović , Viša matematika			
<b>Dopunska literatura</b>	Alpha C. Chiang, Osnovne metode matematičke ekonomije			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Statistika					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.06.E004	<b>Godina studija</b>			I	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Ibrahim Obhodaš	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Osposobiti studenta da primjenom statističkih metoda i tehnika na elemente posmatranog uzorka dolazi do pouzdanih informacija potrebnih za upravljanje složenim dinamičkim sistemima.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih matematičkih funkcija i operacija neophodnih za primjenu istih u statističkim metodama u cilju analize, obrade i predstavljenja podataka.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	primjenu statističkih alata u ekonomiji i menadžmentu; primjeni statističkih alata u drugim srodnim naukama; tabelarno predstavljanje podataka; grafičko predstavljanje podataka; analiza primjenom deskriptivne statistike; testiranje određenih varijabli u cilju provjere međusobne zavisnosti; prognoziranje budućih događaja na osnovu određene serije podataka; mjerenje uticaja nezavisnih varijabli na zavisnu; mjerenje koeficijenta korelacije između dvije varijable; primjena informatičkih paketa u analizi podataka.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. POJAM STATISTIKE I STATISTIČKA ISTRAŽIVANJA 2 sata 2. STATISTIČKI SKUP I STATISTIČKE VARIJABLE 2 sata 3. ANALIZA I SINTEZA PODATAKA 2 sata 4. MJERE SREDNJE VRIJEDNOSTI 3 sata 5. MJERE DISPERZIJE ILI VARIJACIJE 3 sata 6. MJERE KONCENTRACIJE 3 sata 7. REGRESIONA I KORELACIONA ANALIZA 4 sata 8. DINAMIČKA ANALIZA I MJERE EVOLUCIJE 3 sata 9. VREMENSKE SERIJE 2 sata 10. METODE UZORAKA 3 sata 11. TESTIRANJE HIPOTEZA 3 sata					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5% 2.Prisustvo na vježbama - 5% 3.Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5% 4.Seminarski rad (pismeni dio) - 15% 5.Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10% 6.Kolokvij - 30% 7.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30% UKUPNO - 100%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
			Ocjena		Broj bodova	
			5		0-54	
			6		55-64	
			7		65-74	
			8		75-84	
			9		85-94	
			10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	1. ĐURO MIKIĆ „STATISTIČKE METODE U MENADŽMENTU“, APEIRON BANJA LUKA, 2006. god	4				
	Doc.dr Darijo Jerković, Doc.dr Ibrahim Obhodaš, Doc. dr Lordan Iličić, UVOD U TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA, Sveučilište Vitez; Vitez 2019.	150				
	RABIJA SOMUN-KAPETANOVIĆ „STATISTIKA U EKONOMIJI I MENADŽMENTU“, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 2007. god	2				
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Njemački jezik I					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	6.03.E005	<b>Godina studija</b>	I			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Branka Bekavac, lektor	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5			
<b>Saradnici</b>	NEMA					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Studenti trebaju steći osnovno znanje iz stranog jezika i savladaju osnove gramatike, čitanja i korespondencije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>						
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Student treba da stekne osnovna znanja iz stranog jezika, savladaju osnovne gramatike i korespondenciju uz korištenje tekstova prema literaturi. Čitanje, pisanje, razumijevanje, konverzacija					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. ČITANJE 2. PISANJE 3. RAZUMJEVANJE 4. GRAMATIKA 5. OSNOVE KONVERZACIJE					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije Vježbe				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Usmena prezentacija</b>	0,5
	<b>Kolokvij</b>	0	<b>Usmeni ispit</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<p>Provjera usmene komunikacije iz pređenog gradiva vrši se u tijeku semestra pri čemu student u nastavi može prikupiti maksimalno 50 bodova. Student je dužan u tijeku trajanja predmeta prijaviti temu iz uže struke (ekonomije, prava, informatike i zdravstvenih studija) te svoj rad prezentirati na engleskom jeziku. Na lektorskim vježbama sa nastavnikom student je dužan pristupiti usmenoj provjeri govornih vještina. Provjera se sastoji od čitanja, prevođenja i eventualnog kratkog razgovora na temu iz teksta na njemačkom jeziku sa nastavnikom. Student može prikupiti i bodove za aktivno sudjelovanje na predavanjima. Na kraju semestra student pristupa završnom testu iz gramatike koji je eliminatoran.</p> <p>Student koji uspješno položi završni test iz gramatike stječe pravo da mu se svi bodovi osvojeni na nastavi zbroje sa rezultatom testa i formira konačna ocjena iz predmeta Njemački jezik 1.</p>			
	1. Prisustvo na predavanjima - 5%	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova		
	2. Prisustvo na vježbama - 5%	Ocjena	Broj bodova	
	3. Vježbe - usmena prezentacija na temu iz struke - 10%	5	0-54	
	4. Komunikacijske sposobnosti (čitanje, prijevod i razgovor o tekstu iz uže struke) - 30%	6	55-64	
	5. Test (ukupno gradiva) - 50%	7	65-74	
	UKUPNO - 100%	8	75-84	
	9	85-94		
	10	95-100		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
<b>Dopunska literatura</b>				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Engleski jezik 1		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	6.03.E005	<b>Godina studija</b>	I
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Vesna Biljaka, lektor	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>	NEMA		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Prikaz osnovnih gramatičkih struktura engleskog jezika , kao i vakabulara neophodnog za ostvarivanje pismene i usmene komunikacije na novou A2-CEFR. Pri tom, podjednako akcenat se stavlja na četiri jezičke vještine; čitanje, govor, slušanje i pisanje		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	NEMA		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Student će steći uvid i ovladati osnovnim ustrojstvom proste rečenice, vrsta riječi, realizacijom izjavnih upitnih i odričnih rečenica u svakodnevnoj komunikaciji. Rad na tekstovima iz struke koju studiraju će omogućiti uspješno praćenje stručnih tekstova na engleskom jeziku. Predavanja, lektorske vještine kao i vježbestudenti će ovladati sve četiri jezične vještine na nivou proste rečenice.		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vrste riječi,</li> <li>2. Upoznavanje sa leksikom:leksičke i funkcionalne riječi.</li> <li>3. Semantika leksičkih riječi.</li> <li>4. Gramatičke osobine leksičkih vrsta riječi.</li> <li>5. IMENICE:rod, broj, padež, određenost. Osobne i posvojne zamjenice.</li> <li>6. Posvojni genitiv. Množina imenica.</li> <li>7. Određenost : Determinati:članovi, kvantifikacijski izrazi, pokazni i posvojni determinati.</li> <li>8. Postavka izjavne rečenice (funkcije)rad na glagolu TO BE (present i past) – kopulativne konstrukcije.Egzistencijalna konstrukcija There is/are uprezentu i pastu.</li> <li>9. Postavljanje YES/NO i WH-pitanja.Sve ovo samo sa kopulativnim konstrukcijama. Action verbs. Simple present i Simple past tense.</li> <li>10. Forma i upotreba Glagola HAVE u primarnim i idiosinkraticnim značenjem (present i past). Glagolski vid: Svršen/nesvršen.Present Continuous i Past Continuous Tense.</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije Vježbe	
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.		

<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0															
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0															
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Usmena prezentacija</b>	0,5															
	<b>Kolokvij</b>	0	<b>Usmeni ispit</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0															
	<b>Pismeni ispit</b>	2,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0															
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<p>Provjera usmene komunikacije iz predenog gradiva vrši se u tijeku semestra pri čemu student u nastavi može prikupiti maksimalno 50 bodova. Student je dužan u tijeku trajanja predmeta prijaviti temu iz uže struke (ekonomije, prava, informatike i zdravstvenih studija) te svoj rad prezentirati na engleskom jeziku. Na lektorskim vježbama sa nastavnikom student je dužan pristupiti usmenoj provjeri govornih vještina. Provjera se sastoji od čitanja, prevođenja i eventualnog kratkog razgovora na temu iz teksta na engleskom jeziku sa nastavnikom. Student može prikupiti i bodove za aktivno sudjelovanje na predavanjima. Na kraju semestra student pristupa završnom testu iz gramatike koji je eliminatoran.</p> <p>Student koji uspješno položi završni test iz gramatike stječe pravo da mu se svi bodovi osvojeni na nastavi zbroje sa rezultatom testa i formira konačna ocjena iz predmeta Engleski jezik 1.</p>																				
	1. Prisustvo na predavanjima - 5% 2. Prisustvo na vježbama - 5% 3. Vježbe - usmena prezentacija na temu iz struke - 10% 4. Komunikacijske sposobnosti (čitanje, prijevod i razgovor o tekstu iz uže struke) - 30% 5. Test (ukupno gradiva) - 50% UKUPNO - 100%	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Visina ocjene prema broju osvojenih bodova</th> </tr> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0-54</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55-64</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65-74</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75-84</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85-94</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95-100</td> </tr> </tbody> </table>					Visina ocjene prema broju osvojenih bodova		Ocjena	Broj bodova	5	0-54	6	55-64	7	65-74	8	75-84	9	85-94	10
Visina ocjene prema broju osvojenih bodova																					
Ocjena	Broj bodova																				
5	0-54																				
6	55-64																				
7	65-74																				
8	75-84																				
9	85-94																				
10	95-100																				

Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	<p>English for business: a coursebook for undergraduate professional degree programmes in economics and business /Boglarka Kiss Kulenović(2016/2017)</p> <p>Using Information Technology, Willams/Sawyer (2015) Introduction to information technology, Turban, Rainer &amp; Potter</p> <p>Legal Writing in Plain English, Second Edition: A Text with Exercises (2013)</p> <p>The Language of Medicine, 11th Edition, Davi-Allen Chabner (2016)</p> <p>Ibbotson, Mark &amp; Stephens Bryan, BUSINESSsTART – UP, Cambridge University Press. 2009.</p> <p>Lindner – Krois, Amy &amp; Firth, Matt, INTRODUCTION TO INTERNATIONAL LEGAL ENGLISH, Cambridge University Press. 2008.</p> <p>Allum, Virginia &amp; McGarr, Patricia, CAMBRIDGE ENGLISH FOR NURSING, Cambridge University Press. 2008.</p> <p>Riđanović, Midhat, PRAKTIČNA ENGLESKA GRAMATIKA , Šahinpašić, 2007</p>		Dostupno online		
<b>Dopunska literatura</b>	Davi-Allen Chabner :The Language of Medicine, 11th Edition, 2016.				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Marketing					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E006	<b>Godina studija</b>	I			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>	Mr.sc.Matea Đotlo					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o suvremenom marketingu i mogućnostima primjene tih spoznaja u nastupu poduzeća na tržištu sciljem stvaranja dugoročne lojalnosti kupaca kao jednog od temeljnih preduvjeta tržišnog uspjeha poduzeća.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Sposobnost identifikacije vrijednosti za kupca, vrednovanje utjecaja aktera iz marketing okruženja, poznavanje procesa i faza donošenja odluka o kupovini, podjela tržišta u segmente i izbor segmenata, poznavanje taktika i aktivnosti pozicioniranja, poznavanje i vrednovanje različitih strategija proizvoda, primjena cijena u tržišnoj strategiji, prepoznavanje faza životnog ciklusa proizvoda, efekti primjene različitih elemenata komunikacijskog miksa, upravljanje kanalima marketinga, značaj povezivanja marketinških aktivnosti u integriranu cjelinu, spoznaje o razlikama između marketinga na domaćim i ino-tržištima					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kreiranje vrijednosti i zadovoljstva kupaca (2 sata)</li> <li>2. Marketing okruženje (4 sata)</li> <li>3. Proces odlučivanja u kupovici i ponašanje potrošača (3 sata)</li> <li>4. Tržišno segmentiranje, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranje (2 sata)</li> <li>5. Strategije proizvoda, usluga i marki, životni ciklus proizvoda (4 sata)</li> <li>6. Formiranje i strategije cijena (2 sata)</li> <li>7. Marketing komunikacijski miks (4 sata)</li> <li>8. Upravljanje marketing kanalima (3 sata)</li> <li>9. Integrirana marketinška komunikacija (3 sata)</li> <li>10. Globalni marketing (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2.Prisustvo na vježbama - 5%		Ocjena		Broj bodova	
	3.Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5%		5		0-54	
	4.Seminarski rad (pismeni dio) - 15%		6		55-64	
	5.Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10%		7		65-74	
	6.Kolokvij - 30%		8		75-84	
	7.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%		9		85-94	
	UKUPNO - 100%		10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Kotler, Ph. i dr. "OSNOVE MARKETINGA", četvrto europsko izdanje, MATE, Zagreb, 2006.	1				
	Tihi, B. i dr., „MARKETING“, 3. izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2006.	1				
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment				
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski				
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E008	<b>Godina studija</b>	I		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7		
<b>Saradnici</b>					
<b>OPISPREDMETA</b>					
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa funkcijom i zadaćom menadžmenta kao osnovnog pokretača poslovanja firme. Studenti trebaju da savladaju tehnike menadžerskih funkcija kao i da upoznaju temeljne funkcije menadžmenta.				
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema				
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog kolegija student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati značajke menadžmenta kao procesa, upravljačke razine i profesije</li> <li>- Razlikovati ključni doprinos pojedinih teorija menadžmenta menadžerskoj praksi</li> <li>- Identificirati ključne čimbenike poslovne i opće okoline i njihov utjecaj na poslovni subjekt</li> <li>- Primjeniti tehnike planiranja</li> <li>- Identificirati i opisivati različite oblike organizacijskog dizajna</li> <li>- Opisati ključne aktivnosti upravljanja ljudskim resursima</li> <li>- Interpretirati različite pristupe vođenju i motiviranju</li> <li>- Primjeniti odgovarajuće tehnike kontrole</li> </ul>				
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>MENADŽMENT – POJMOVNO ODREĐENJE</b>(3 sata)</li> <li>2. <b>TEORIJSKI OKVIR MENADŽMENTA</b> (3 sata)</li> <li>3. <b>MENADŽMENT I OKOLINA</b>(4 sata)</li> <li>4. <b>MENADŽERSKE VJEŠTINE I ULOGE</b>(3 sata)</li> <li>5. <b>FUNKCIJA PLANIRANJA</b> (2 sata)</li> <li>6. <b>FUNKCIJA ORGANIZIRANJA</b> (2 sata)</li> <li>7. <b>UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA</b>(3 sata)</li> <li>8. <b>VOĐENJE I MOTIVACIJA</b>(3 sata)</li> <li>9. <b>KONTROLA</b> (3 sata)</li> <li>10. <b>MENADŽMENT PROMJENA</b>(4 sata)</li> </ol>				
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije			
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) prisustvovanje i rad na nastavi,</li> <li>2) izrada zadataka i seminarskog rada</li> <li>3) polaganje kolokvija i završnog ispita</li> </ol>				
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohadanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Izrada zadataka</b> 0,7
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2. Prisustvo na vježbama - 5%		Ocjena		Broj bodova	
	3. Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5%		5		0-54	
	4. SeminarSKI rad (pismeni dio) - 10%		6		55-64	
	5. SeminarSKI rad (usmena prezentacija) - 5%		7		65-74	
	6. Izrada zadataka - 10%		8		75-84	
	7. Kolokvij - 30%		9		85-94	
	8. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%		10		95-100	
UKUPNO - 100%						
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Buble, M. (2006). Osnovemenadžmenta (Basics of Management). Sinergija, Zagreb, Croatia.					
	Željko, B. (2005). Osnovimenadžmenta. Banja Luka: Vizija.					
<b>Dopunska literatura</b>	Hadžiahmetović, Z., Kulović, D., & Jurešić, S. (2007). Menadžment: putokaz za menadžere. Mašinski fakultet.					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovna informatika		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.03.I009	<b>Godina studija</b>	I
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Studenti treba da usvoje znanje i nauče pojam, značaj i ulogu poslovne informatike. Cilj je da studenti shvate funkciju poslovne informatike koja ima temeljnu zadaću da prikuplja, sortira i sređuje poslovne informacije koji su osnov uspješne svih kompanija.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nakon položenog predmeta studenti će ovladati funkcijom i značajem poslovne informatike i njenim aplikativnim primjenama.		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Savladane vještine će im omogućiti da izraze svoje znanje i korištenje informacijskih tehnologija u svakodnevnom životu.		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Šta je poslovna informatika?</li> <li>▪ Kada je nastao prvi računar?</li> <li>▪ Koliko ima generacija računara?</li> <li>▪ Koliko vrsta računara ima?</li> <li>▪ U kojoj se industrijskoj revoluciji nalazimo?</li> <li>▪ Šta je Cyber etika?</li> <li>▪ Brojni sistemi i konverzije</li> <li>▪ Kodiranje zapisa u računaru</li> <li>▪ Osnovna struktura i organizacija računara</li> <li>▪ Funkcije i međusobne interakcije glavnih komponenti računara</li> <li>▪ Vrste memorija i memorijskih uređaja</li> <li>▪ Ulazni uređaji</li> <li>▪ Izlazni uređaji</li> <li>▪ Ulazno-izlazni uređaji</li> <li>▪ Uređaji za skladištenje podataka</li> <li>▪ Podjela softvera</li> <li>▪ Sistemski softver</li> <li>▪ Operativni sistemi</li> <li>▪ Mobilni operativni sistemi</li> <li>▪ Programski softver</li> <li>▪ Aplikativni softver</li> <li>▪ Poslovne aplikacije</li> <li>▪ Microsoft Word</li> <li>▪ Microsoft Excel</li> <li>▪ Microsoft PowerPoint</li> <li>▪ Multimedija – pojam, kategorizacija i karakteristike</li> <li>▪ HTML vs XML</li> <li>▪ Grafika</li> <li>▪ 3D računarska grafika</li> <li>▪ CAD, CAM i CIM</li> <li>▪ Virtuelna realnost</li> <li>▪ Izvori baza podataka</li> <li>▪ Šta je baza podataka</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Modelovanje baze podataka</li> <li>▪ Projektovanje baze podataka</li> <li>▪ Implementacija baze podataka</li> <li>▪ Microsoft Access</li> <li>▪ Računarska mreža</li> <li>▪ Topologijemreže</li> <li>▪ Mrežnaoprema</li> <li>▪ Protokoli</li> <li>▪ Vrstemreža</li> <li>▪ Kratak razvoj Interneta</li> <li>▪ Internet protokoli</li> <li>▪ Internet domeni</li> <li>▪ Internet servisi</li> <li>▪ WWW</li> <li>▪ Intranet</li> <li>▪ Extranet</li> <li>▪ Računarski kriminal</li> <li>▪ Maliciozni programi</li> <li>▪ Antivirusni programi</li> <li>▪ Smanjenje rizika</li> <li>▪ Bezbjednost</li> <li>▪ Zakon</li> <li>▪ Evolucija IT računarstva</li> <li>▪ Domeni e-poslovanja</li> <li>▪ Poslovni informacioni sistemi</li> <li>▪ ERP, CRM, PLM i AI poslovna rješenja</li> <li>▪ Zanimanje: Konsultant za poslovna rješenja</li> </ul>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,4	<b>Istraživanje</b>	1,6	<b>Praktičan rad</b>	
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo</b>	
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2.Prisustvo na vježbama - 5%					
	3.Kontinuirani rad/Interaktivnost - 10%		5		0-54	
	4.Seminarski rad (pismeni dio) - 20%					

<b>ispitu</b>	5.Kolokvij - 30%	6	55-64	
	6.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%	7	65-74	
	UKUPNO - 100%	8	75-84	
		9	85-94	
		10	95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Ines Isaković, Autorizirana predavanja, Sveučilište/Univerzitet, „Vitez“, Travnik, 2021.			
	Stojmenović, M., Veinović, M., Marković, D. (2019). <b>Informatika</b> . Univerzitet Singidunum, Beograd.		<a href="https://singipedia.pdf.singidunum.ac.rs/izdanje/43018-informatika">https://singipedia.pdf.singidunum.ac.rs/izdanje/43018-informatika</a>	format knjige
	Krstan Bošnjak, Branko Latinović, Informatika. (2004) Narodna i univerzitetska biblioteka Republike Srpske Banja Luka			
<b>Dopunska literatura</b>				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Njemački jezik II					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	6.03.E010	<b>Godina studija</b>	I			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Branka Bekavac, lektor	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5			
<b>Saradnici</b>	NEMA					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Studenti trebaju steći osnovno znanje iz stranog jezika i savladaju osnove gramatike, čitanja i korespondencije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Njemački jezik I					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Student treba da stekne osnovna znanja iz stranog jezika, savladaju osnovne gramatike i korespondenciju uz korištenje tekstova prema literaturi. Čitanje, pisanje, razumijevanje, konverzacija					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. ČITANJE 2. PISANJE 3. RAZUMJEVANJE 4. GRAMATIKA 5. OSNOVE KONVERZACIJE					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije Vježbe				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Usmena prezentacija</b>	0,5
	<b>Kolokvij</b>	0	<b>Usmeni ispit</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<p>Provjera usmene komunikacije iz pređenog gradiva vrši se u tijeku semestra pri čemu student u nastavi može prikupiti maksimalno 50 bodova. Student je dužan u tijeku trajanja predmeta prijaviti temu iz uže struke (ekonomije, prava, informatike i zdravstvenih studija) te svoj rad prezentirati na engleskom jeziku. Na lektorskim vježbama sa nastavnikom student je dužan pristupiti usmenoj provjeri govornih vještina. Provjera se sastoji od čitanja, prevođenja i eventualnog kratkog razgovora na temu iz teksta na njemačkom jeziku sa nastavnikom. Student može prikupiti i bodove za aktivno sudjelovanje na predavanjima. Na kraju semestra student pristupa završnom testu iz gramatike koji je eliminatoran.</p> <p>Student koji uspješno položi završni test iz gramatike stječe pravo da mu se svi bodovi osvojeni na nastavi zbroje sa rezultatom testa i formira konačna ocjena iz predmeta Njemački jezik 1.</p>					

	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
		Ocjena	Broj bodova	
	1.Prisustvo na predavanjima - 5%	5	0-54	
	2.Prisustvo na vježbama - 5%	6	55-64	
	3.Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5%	7	65-74	
	4.Komunikacijske sposobnosti (čitanje, prijevod i razgovor o tekstu iz uže struke ) - 30%	8	75-84	
	5.Test (ukupno gradiva) - 50%	9	85-94	
UKUPNO - 100%	10	95-100		
<b>Obvezna literatura</b> (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
<b>Dopunska literatura</b>				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Engleski jezik II					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	6.03.07.E010	<b>Godina studija</b>		I		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Vesna Biljaka	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>	NEMA					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Prikaz osnovnih gramatičkih struktura engleskog jezika , kao i vokabulara neophodnog za ostvarivanje pismene i usmene komunikacije na novou B2-CEFR. Pri tom, podjednako akcentat se stavlja na četiri jezičke vještine; čitanje, govor, slušanje i pisanje.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Engleski jezik 1					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Student će steći uvid i ovladati osnovnim ustrojstvom proste rečenice, vrsta riječi, realizacijom izjavnih upitnih i odričnih rečenica u svakodnevnoj komunikaciji. Rad na tekstovima iz struke koju studiraju će omogućiti uspješno praćenje stručnih tekstova na engleskom jeziku. Predavanja, lektorske vještine kao i vježbe studenti će ovladati sve četiri jezične vještine na nivou proste rečenice.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. MODALNI GLAGOLI; may, can, must u prezentu. 2. Modalna značenja. Njihove zamjene u ostalim vremenima (be able to; be allowed to; have to) 3. Izražavanje budućnosti (upotreba prezenta za izražavanje budućnosti; gramatikalizirana fraza “going to“ i modali shall/will). 4. Pridjevi i komparativne konstrukcije. Prilozi. 5. Klasifikacija. 6. Tvorba priloga za način. 7. Položaj priloga u rečenici. Položaj priloga za određeno i neodređeno vrijeme (učestalost). 8. Svršeni glagolski vid i perfektivna vremena (Present i Past Perfect). 9. Složena rečenica. Vrste složenih rečenica: odnosne rečenice (pridjevske), adverbijalne (priloške), objekatske (nominalne). 10. Neupravni govor. Prijedlozi. Sve funkcije prijedloga. Pasivne kauzativne konstrukcije.					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije Vježbe				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Usmena prezentacija</b>	0,5													
	<b>Kolokvij</b>	0	<b>Usmeni ispit</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0													
	<b>Pismeni ispit</b>	2,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0													
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<p>Provjera usmene komunikacije iz pređenog gradiva vrši se u toku semestra pri čemu student u nastavi može prikupiti maksimalno 50 bodova. Student je dužan u toku raganja predmeta prijaviti kod asistenta temu iz uže struke (ekonomije, prava, informatike i zdravstvenih studija) te svoj rad prezentirati na engleskom jeziku. Na lektorskim vježbama sa nastavnikom student je dužan pristupiti usmenoj provjeri govornih vještina. Provjera se sastoji od čitanja, prevođenja i eventualnog kratkog razgovora na temu iz teksta na engleskom jeziku sa nastavnikom. Student može prikupiti i bodove za aktivno učešće na predavanjima. Na kraju semestra student pristupa završnom testu iz gramatike koji je eliminatoran. Student koji uspješno položi završni test iz gramatike stječe pravo da mu se svi bodovi osvojeni na nastavi zbroje sa rezultatom testa i formira konačna ocijena iz predmeta Engleski jezik 2.</p>																		
	<p>1. Prisustvo na predavanjima - 5%</p> <p>2. Prisustvo na vježbama - 5%</p> <p>3. Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5%</p> <p>4. Komunikacijske sposobnosti (čitanje, prijevod i razgovor o tekstu iz uže struke) - 30%</p> <p>5. Test (ukupno gradiva) - 50%</p> <p>UKUPNO - 100%</p>			<p>Visina ocjene prema broju osvojenih bodova</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0-54</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55-64</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65-74</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75-84</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85-94</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95-100</td> </tr> </tbody> </table>			Ocjena	Broj bodova	5	0-54	6	55-64	7	65-74	8	75-84	9	85-94	10
Ocjena	Broj bodova																		
5	0-54																		
6	55-64																		
7	65-74																		
8	75-84																		
9	85-94																		
10	95-100																		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>		<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>													

	<p>1. English for business: a coursebook for undergraduate professional degree programmes in economics and business /Boglarka Kiss Kulenović(2016/2017)</p> <p>2. Using Information Technology, Willams/Sawyer (2015) Introduction to information technology, Turban, Rainer &amp; Potter</p> <p>3. Legal Writing in Plain English, Second Edition: A Text with Exercises (2013)</p> <p>4. The Language of Medicine, 11th Edition, Davi-Ellen Chabner (2016)</p> <p>5. Ibbotson, Mark &amp; Stephens Bryan, BUSINESSsTART – UP, Cambridge University Press. 2009.</p> <p>6. Lindner – Krois, Amy &amp; Firth, Matt, INTRODUCTION TO INTERNATIONAL LEGAL ENGLISH, Cambridge University Press. 2008.</p> <p>7. Allum, Virginia &amp; McGarr, Patricia, CAMBRIDGE ENGLISH FOR NURSING, Cambridge Universiti Press. 2008.</p> <p>8. Riđanović, Midhat, PRAKTIČNA ENGLESKA GRAMATIKA , Šahinpašić, 2007</p>		Dostupno online		
<b>Dopunska literatura</b>	Davi-Ellen Chabner :The Language of Medicine, 11th Edition, 2016.				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Mikroekonomija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E011	<b>Godina studija</b>			II	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			6	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Usvajanje temeljnih znanja iz područja mikroekonomije. Upoznavanje s faktorima koji utječu na formiranje proizvodnih strategija preduzeća. Razumijevanje različitih tržišnih struktura te njihov utjecaj na odluke preduzeća.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Argumentirano i jasno prezentirati zaključke mikroekonomske analize općoj i stručnoj publici.</li> <li>2. Objasniti temeljne zakonitosti, vrste, funkcije i nedostatke tržišta te ulogu države u otklanjanju nedostataka tržišta</li> <li>3. Primijeniti mikroekonomske koncepte i tehnike u analizi problema na razini poduzeća, industrije i potrošača.</li> <li>4. Definirati ponudu i potražnju te njihove zakonitosti. Prikazati krivulje ponude i potražnje</li> <li>5. Objasniti temeljne zakonitosti teorija ponašanja potrošača</li> <li>6. Objasniti temeljne zakonitosti teorija proizvodnje</li> <li>7. Objasniti temeljne zakonitosti teorija troškova te razlikovati pojedine vrste troškova</li> <li>8. Razumjeti ponašanje i međuovisnost subjekata na tržištu</li> <li>9. Interpretirati specifičnosti tržišta faktora proizvodnje, te preispitati utjecaj eksternalija na maksimalizaciju profita.</li> <li>10. Razlikovati savršenu konkurenciju i monopol, te analizirati uvjete maksimalizacije profita u različitim tržišnim strukturama.</li> </ol>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvodna razmatranja o mikroekonomiji 2 sata</li> <li>2. Tržišta i cijene 3 sata</li> <li>3. Osnove ponude i potražnje 3 sata</li> <li>4. Tražnja i zakon tražnje 3 sata</li> <li>5. Elastičnost tražnje 2 sat</li> <li>6. Ponašanje potrošača 3 sata</li> <li>7. Teorija marginalne korisnosti 2 sata</li> <li>8. Proizvodnja i funkcija proizvodnje 3 sata</li> <li>9. Troškovi i izračun troškova 3 sata</li> <li>10. Monopol, monopson i oligopol 2 sata</li> <li>11. Eksternalije 2 sata</li> <li>12. Efikasnost konkurentnog tržišta 2 sata</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije  Samostalni radni zadaci			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obavezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS)</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0

<b>bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0	
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (Zadaća)</b>	0	
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	0	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5% 2.Prisustvo na vježbama - 5% 3.Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5% 4.Seminarski rad (pismeni dio) - 15% 5.Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10% 6.Kolokvij - 30% 7.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30% <b>UKUPNO - 100%</b>			<b>Visina ocjene prema broju osvojenih bodova</b>			
				<b>Ocjena</b>		<b>Broj bodova</b>	
				5		0-54	
				6		55-64	
				7		65-74	
				8		75-84	
				9		85-94	
				10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>			
	PINDYCK, R. S., I. RUBINFELD , L. D., „MIKROEKONOMIJA“, V IZDANJE, 2005. G. PRIJEVOD MATE, ZAGREB.	4					
	BOŽIDAR STOVIĆ,ŠEFKIJA BERBEROVIĆ,ŽELJKO BAROŠ, „MIKROEKONOMIJA“, BANJALUKA 2006.	9					
	KADRIJA HODŽIĆ, HASAN MAHMUTOVIĆ, „UVOD U EKONOMIJU“, ZENICA, 2009.	1					
	TATIĆ K., „TRŽIŠNE STRUKTURE“,EF SARAJEVO, 2015	0		*			
<b>Dopunska literatura</b>	NEVENKA NIČIN, „MIKROEKONOMIJA“,BANJA LUKA 2007.	8					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>							

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Monetarne i javne financije					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.03.E012	<b>Godina studija</b>	II			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Slavko Vukić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7			
<b>Saradnici</b>	Amna Zelić Voloder, ass.					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa razvojem i funkcijom javnih financija. Studenti će savladati upravljanje monetarnim financijama kao i povezanost monetarnih i javnih financija.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Obrazovni ishodi se odnose na znanja vezana za:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. monetarne financije i njihovu ulogu u jednoj državi,</li> <li>2. institucije monetarnog sistema,</li> <li>3. ulogu i značaj javnih financija,</li> <li>4. ulogu i značaj novca i novčanog sistema države,</li> <li>5. ulogu i značaj javnih rashoda,</li> <li>6. ulogu i značaj javnih prihoda,</li> <li>7. ulogu i značaj budžeta,</li> <li>8. javnu potrošnju i javni dug,</li> <li>9. poreski sistem države,</li> <li>10. budžetku politiku države</li> </ol>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U MONETARNE I JAVNE FINACIJE (1 čas)</li> <li>2. NOVAC I NOVČANI SISTEM (3 časa)</li> <li>3. INSTITUCIJE MONETARNOG SISTEMA (3 časa)</li> <li>4. MONETARNI SISTEM BIH (4 časa)</li> <li>5. TEORIJA I POLITIKA JAVNIH FINACIJA (3 časa)</li> <li>6. OSNOVE FISKALNE POLITIKE (3 časa)</li> <li>7. JAVNI RASHODI I JAVNI PRIHODI (5 časova)</li> <li>8. BUDŽETSKA POLITIKA (2 časa)</li> <li>9. JAVNA POTROŠNJA U BIH (3 časa)</li> <li>10. PORESKI SISTEM BIH (3 časa)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije  Samostalni radni zadaci				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postocima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,7	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2,1	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	2,1	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	0	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2.Prisustvo na vježbama - 5%					
	3.Seminarski rad (pismeni dio) - 10%					
	4.Seminarski rad (usmena prezentacija) - 20%					
	5.Kolokvij - 30%					
	6.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%					
	UKUPNO - 100%					
		Ocjena	Broj bodova			
		5	0-54			
		6	55-64			
		7	65-74			
		8	75-84			
		9	85-94			
		10	95-100			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	KEŠETOVIĆ, I.; „FINANSIJE MONETARNE I JAVNE“, SARAJEVO, 2009.	1				
<b>Dopunska literatura</b>	VUKIĆ, S.; JAVNE FINANSIJE – TEORIJA I PRAKSA, GRAFOLADE 77X7, ORAŠJE, 2016.					
	KUMALIĆ, J. & ALIJAGIĆ, M.; JAVNE FINANSIJE I FISKALNA POLITIKA, BIHAĆ, 2004.					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Računovodstvo		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.05.E013	<b>Godina studija</b>	II
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Semina Škandro	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati se sa osnovama računovodstva, formiranja i obrade dokumentacije , knjigovodstvenim evidencijama prihoda, rashoda, sredstava i izvora sredstava.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Obrazovni ishodi se vezuju uz:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. definisanje uloge računovodstva u poslovanju</li> <li>2. zadaci računovodstva</li> <li>3. klasifikacija računovodstva ,</li> <li>4. dokumentacija i poslovne knjige u računovodstvu</li> <li>5. knjigovodstveni računi i pravila knjiženja</li> <li>6. evidentiranje poslovnih promjena kod stalnih sredstava ,</li> <li>7. evidentiranje poslovnih promjena kod obrtnih sredstava,</li> <li>8. evidentiranje poslovnih promjena vezanih za izvore sredstava ,</li> <li>9. evidentiranje prihoda, rashoda i finansijskog rezultata,</li> <li>10. sastavljanje finansijskih izvještaja,</li> </ol>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razraden prema satnici nastave:</b>	<p><b>I. OSNOVNI POJMOVI O RAČUNOVODSTVU (2 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Historijski razvoj računovodstva</li> <li>2. Pojam i karakteristike računovodstva</li> <li>3. Povezanost računovodstva sa ostalim funkcijama</li> <li>4. Klasifikacija računovodstva</li> <li>5. Sistemi računovodstva</li> </ol> <p><b>II. SISTEMI KNJIGOVODSTVA (1 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prosto knjigovodstvo</li> <li>2. Kameralno knjigovodstvo</li> <li>3. Konstantno knjigovodstvo</li> <li>4. Dvojno knjigovodstvo</li> </ol> <p><b>III. DOKUMENTACIJA U KNJIGOVODSTVU (2 sat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hodogram računovodstvene dokumentacije</li> <li>2. Vrste knjigovodstvenih dokumenata</li> <li>2. Čuvanje i odlaganje knjigovodstvenih dokumenata</li> </ol> <p><b>IV. RAČUNOVODSTVENA NAČELA (1 sat)</b></p> <p><b>V. SREDSTVA I IZVORI SREDSTAVA (3 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sredstava <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Stalna sredstva</li> <li>1.2. Obrtna sredstava</li> </ol> </li> <li>2. Izvori sredstava <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Vlastiti izvori</li> <li>2.2. Tuđi izvori</li> </ol> </li> </ol> <p><b>VI. INVENTARISANJE I KNJIGA INVENTARA (2sati)</b></p>		

**VII. FINANSIJSKI IZVJEŠTAJI (2 sata)**

1. Bilans stanja
2. Bilans uspjeha

**VIII. KNJIGOVODSTVENO OBUHVAĆANJE POSLOVNIH DOGAĐAJA (5 sati)**

1. Redosljed poslova knjigovodstva
2. Principi urednog knjigovodstva
3. Uticaj poslovnih promjena na bilans stanja i bilans uspjeha
4. Knjigovodstveni računi/konta
5. Klasifikacija računa i njihova funkcija
6. Ispravljenje gresaka na računima
7. Salda na kontima
8. Kontni okvir

**IX. POSLOVNE KNJIGE (1 sata)**

1. Dnevnik
2. Glavna knjiga
3. Pomoćne knjige

**X. METODE DVOJNOG KNJIGOVODSTVA I GREŠKE U KNJIGOVODSTVU (1 sat)****XI. RAČUNOVODSTVENO OBUHVATANJE PROCESA REPRODUKCIJE (3)**

1. Računovodstveno obuhvatanje gotovog novca
2. Računovodstveno obuhvatanje gotovinskih ekvivalenata
3. Računovodstveno obuhvatanje sredstava
  - 3.1. Materijalna sredstava
  - 3.2. Nematerijalna sredstava
  - 3.3. Finansijska sredstva
  - 3.4. Pribavljanje stalnih sredstava
  - 3.5. Amortizacija stalnih sredstava
4. Revalorizacija stalnih sredstava
5. Isknjižavanje stalnih sredstava
6. Manjkovi i viškovi stalnih sredstava
7. Rashodovanje stalnih sredstava

**XII. RAČUNOVODSTVO ZALIHA MATERIJALA (3)**

1. Evidencija zaliha materijala po stvarnim nabavnim cijenama
2. Tretman PDV-a pri nabavci materijala
3. Materijal u skladištu, dobavljač nije dostavio fakturu
  - 3.1. Roba na putu
4. Evidentiranje zaliha materijala po planskim cijenama
5. Sintetička i analitička evidencija materijala
6. Obračun i knjigovodstveno obuhvatanje troška materijala
7. Evidencija viškova i manjkova materijala
8. Računovodstveno obuhvatanje sitnog inventara
9. Računovodstvo gotovih proizvoda

**XIII. RAČUNOVODSTVO PLAĆA (1)**

1. Obračun i knjiženje plaće
2. Ostale naknade zaposlenicima

**XIV. RAČUNOVODSTVO TROŠKOVA (1)**

1. Troškovi prema prirodnim vrstama
2. Troškovi prema mjestu nastanka
3. Troškovi prema nosiocima

	4. Aktivna i pasivna vremenska razgraničenja 5. Metode i sistemi obračuna troškova <b>XV. RAČUNOVODSTVO PRIHODA, RASHODA I FINANSIJSKOG REZULTATA (2)</b> 1. Računovodstvo prihoda 2. Računovodstvo rashoda 3. Pripremne radnje za izradu finansijskih izvještaja 4. Dobit/gubitak 5. Zaključak poslovnih knjiga 6. Predzaključna knjiženja 7. Zaključni listopad 8. Finansijski izvještaji					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije Samostalni radni zadaci			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obavezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postocima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,7	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2,1	<b>Ostalo (Zadaća)</b>	1
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 5%			Visina ocjene prema broju osvojenih bodova		
	2. Prisustvo na vježbama - 5%			Ocjena		
	3. Zadaća - 30%			Broj bodova		
	4. Kolokvij - 30%			5		
	5. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%			6		
	UKUPNO - 100%			7		
				8		
				9		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>		<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Janko Klobučar, Računovodstvo, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2003.		4			
<b>Dopunska literatura</b>	Kapić Jadranka: Računovodstvo, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Sarajevu, 2008					
	Jozo Piljić, Računovodstvo privrednih društava, OFF-SET, Tuzla, 2017					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>	Računovodstvo – Skripta – Semina Škandro					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovno pravo					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.02.04.P075	<b>Godina studija</b>	II			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Emir Suđuka	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj ovog predmeta je da upozna buduće ekonomiste o dijelu poslovnog prava sa kojim će se svi susretati. U ovom predmetu studenti će savladati dio obligacionog prava koje im je potrebno u svakodnevnom radu kao ekonomiste.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Za studente ekonomije kompetencije iz poslovnog prava se izražavaju kroz saznanja o značaju ugovora, obavezama ugovornih strana kao i sadržaju osnovnih ugovora. Student će ovladati vještinom pravljanja ugovora i unošenja svih bitnih elemenata u ugovor					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	POJAM I PREDMET POSLOVNOG PRAVA (2 časa) IZVORI POSLOVNOG PRAVA (2 časa) MJESTO POSLOVNOG PRAVA U PRAVNOM SISTEMU (2 časa) OSNOVI OBLIGACIONOG PRAVA (2 časa) VRSTE PRIVREDNIH DRUŠTAVA (2 časa) SPECIFIČNOSTI IZVORA POSLOVNOG PRAVA (2 časa) UGOVOR O KUPO-PRODAJI (POJAM, ZAKLJUČIVANJE I ELEMENTI UGOVORA) (2 časa) UGOVOR O TRGOVINSKOM POSREDOVANJU(2 časa) UGOVOR O TRGOVINSKOM ZASTUPNIŠTVU, UGOVOR O KOMISIONU (2 časa) UGOVOR O USKLADIŠTENJU (2 časa) UGOVOR O PREVOZU (ŠPEDICIJA, ŽELJEZNICOM, CESTOM I SL.) (2 časa) UGOVOR O ŠPEDICIJI, UGOVOR O GRAĐENJU (2 časa) OSNOVE PRAVA HARTIJA OD VRIJEDNOSTI (2 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije  Samostalni radni zadaci				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 5%	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2. Prisustvo na vježbama - 5%	Ocjena		Broj bodova	
	3. SeminarSKI rad (pismeni dio) - 10%	5		0-54	
	4. SeminarSKI rad (usmena prezentacija) - 20%	6		55-64	
	5. Kolokvij - 30%	7		65-74	
	6. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%	8		75-84	
	UKUPNO - 100%	9		85-94	
		10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	M. TRIFKOVIĆ, prof. dr MILIĆ SIMIĆ i doc. DR V. TRIVUN „POSLOVNO PRAVO“, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 2004. god. (ugovori i hartije od vrijednosti)				
<b>Dopunska literatura</b>	MILIĆ SIMIĆ i prof. DR M. TRIFKOVIĆ „POSLOVNO PRAVO – OSNOVI PRAVA I OBLIGACIJA, PRIVREDNA DRUŠTVA“, Ekonomski fakultet SARAJEVO, 1999. god.				
	MORAIT BRANKO „OBLIGACIONO PRAVO“, BANJA LUKA, Pravni fakultet, 1997. god.				
	ŠEFKIJA ČOVIĆ „POSLOVNO PRAVO“, Sarajevo, 2005. Godina				
	MILE RAČIĆ i SVETOLIK KOSTADINOVIĆ „POSLOVNO PRAVO” Novi Sad, 2009. Godina				
	M. TRIFKOVIĆ, ET.AL: Poslovno pravo, Uvod u pravo, Osnovi obligacija i privredna društva, 2014. godina				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Organizaciono ponašanje					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E015	<b>Godina studija</b>		II		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Amel Pintol	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa nivoima organizacionog ponašanja, modelima organizacionog ponašanja, organizacionim sistemom, organizacionim dizajnom i strukturom, tipologijom organizacione strukture, organizacionom kulturom, organizacionim konfliktima, ulozi lidera i njihovom utjecaju na ponašanja na individualnom i grupnom nivou, izazovima i prilikama organizacionog ponašanja u digitalnom dobu					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	Poznavanje i prijema logičkog okvira organizacionog ponašanja i nivoa organizacionog ponašanja; pristupa dizajniranju organizacije, tipologija organizacionih struktura, uloge lidera i njihovog utjecaja na organizaciono ponašanje i podsticanje inovacija, poznavanje tipova komunikacije, komunikacije u digitalnom dobu, uzroka konflikata u tradicionalnom i digitalnom okruženju i načinima rješavanja konfliktnih situacija, poznavanje izazova i prilika organizacionog ponašanja u digitalnom dobu.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pojam, značaj i razvoj organizacionog ponašanja, 2 sata</li> <li>Obuhvat organizacionog ponašanja (individualni, grupni, organizacioni), 2 sata</li> <li>Modeli organizacionog ponašanja, digitalna transformacija i organizaciono ponašanje, 2 sata</li> <li>Organizacioni dizajn i struktura u kontekstu organizacionog ponašanja, ključne dimenzije organizacionog dizajna i strukture, 4 sata</li> <li>Metode prikupljanja i analize podataka pri projektovanju organizacione strukture, 3 sata</li> <li>Tipologije organizacione strukture: tradicionalne tipologije organizacione strukture, savremene tipologije organizacione strukture i virtuelni timovi, 4 sata</li> <li>Digitalne tehnologije i organizacione promjene, Organizaciona kultura (značaj, elementi i tipovi organizacione kulture, perspektive organizacione kulture u digitalnom dobu), 3 sata</li> <li>Liderstvo kao faktor organizacionog ponašanja (liderstvo i podsticanje inovacija putem upravljanja intelektualnim kapitalom, liderske vještine, znanja i sposobnosti, implikacije digitalnog liderstva, savremene teorije liderstva, etika i liderstvo, 4 sata</li> <li>Komunikacija i konflikti: tipovi komunikacija, komunikacione barijere, komunikacija u digitalnom dobu, uzroci konflikata u tradicionalnom okruženju i digitalnom okruženju, upravljanje organizacionim konfliktima i stilovi rješavanja konflikata, 4 sata</li> <li>Izazovi i prilike organizacionog ponašanja u digitalnom dobu (promjene u prirodi posla i karijerama, liderske vještine u digitalnom dobu), 2 sata</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Case study</b>	1,25
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2.Prisustvo na vježbama - 5%		Ocjena		Broj bodova	
	3.Interaktivnost - 5%		5		0-54	
	4.Case study (pismeni dio) - 15%		6		55-64	
	5.Case study (usmena prezentacija) - 10%		7		65-74	
	6.Kolokvij - 30%		8		75-84	
	7.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%		9		85-94	
	UKUPNO - 100%		10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	JAGANJAC, J., LUKIĆ NIKOLIĆ, J. (2023) ORGANIZACIONO PONAŠANJE I LIDERSTVO: IZAZOVI DIGITALNOG DOBA. SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET "VITEZ" TRAVNIK	30				
	MURATOVIĆ.H, SOFTIĆ.S (2006). ORGANIZACIJA. EKONOMSKI FAKULTET SARAJEVO. SARAJEVO					
<b>Dopunska literatura</b>	STEPHEN P. ROBBINS., JUDGE.T. (2009). ORGANIZACIJSKO PONAŠANJE. ZAGREB. MATE. 12 IZDANJE KURTIĆ.A. (2005). POSLOVNA ORGANIZACIJA. EKONOMSKI FAKULTET. TUZLA. OFFSET.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Makroekonomija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E016	<b>Godina studija</b>	II			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. Edin Arnaut	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Tumačenje moderne makroekonomije koja približava studentima uvid u makroekonomske teme (ekonomski rast, ne/zaposlenost i inflaciju) i modele uspostavljanja ravnoteže na tržištu dobara, financijskim tržišta i tržištu rada.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Uvod u ekonomiju.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Definisanje Makroekonomije, značaj tumačenja GDP-a, ciljani ekonomski rast i razvoj, različita tržišta dobara i usluga, praćenje i regulisanje nezaposlenosti kroz primjenu makroekonomskih instrumenata, snaga proizvodnje i njen utjecaj na ekonomiju zemlje, promjena agregatne potražnje i agregatne ponude, ciklična kretanja u makroekonomskom smislu, promjene kamatne stope i deviznog tečaja, važnost makroekonomske politike u kreiranju pozitivnog poslovnog ambijenta jedne zemlje, utjecaj globalizacije i nužnost otvorenosti svjetke privrede.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod u Makroekonomsku nauku: (GDP, GNP, nezaposlenost, inflacija, historija Makroekonomije) 3 sata</li> <li>2. Makroekonomska ravnoteža (modeli AS-AD i IS-LM) 3 sata</li> <li>3. Tržište dobara, finansijsko tržište i tržište rada 3 sata</li> <li>4. Prirodna stopa nezaposlenosti i Philipsova kriva 4 sata</li> <li>5. Štednja, akumulacija kapitala i proizvodnja 4 sata</li> <li>6. Agregatna potrošnja i investicije (multiplikator i akcelerator) 3 sata</li> <li>7. Ekonomski razvoj, ekonomski rast i ciklična kretanja (depresija i kriza) 3 sata</li> <li>8. Proizvodnja, kamatna stopa i devizni tečaj 3 sata</li> <li>9. Makroekonomske politike 2 sat</li> <li>10. Politika otvorene ekonomije 2 sat</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
	Online					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0,9	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	0,9	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 5%	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2. Prisustvo na vježbama - 5%	Ocjena		Broj bodova	
	3. Kontinuirani rad/Interaktivnost - 5%	5		0-54	
	4. Seminarski rad (pismeni dio) - 15%	6		55-64	
	5. Seminarski rad (usmena prezentacija) - 10%	7		65-74	
	6. Kolokvij - 30%	8		75-84	
	7. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%	9		85-94	
UKUPNO - 100%	10		95-100		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	BLANCHARD, O., MAKROEKONOMIJA, MATE, ZAGREB, 2011. (PREVOD SA ENGLESKOG)	1			
<b>Dopunska literatura</b>	HODŽIĆ, K., ARNAUT, E., MAKROEKONOMIJA (SKRIPTA), SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET "VITEZ" VITEZ, 2015.  SAMUELSON, A. P., & NORDHAUS, W., „EKONOMIJA“, XVIII IZDANJE, MATE, ZAGREB, 2007. GODINE  BABIĆ, M., MAKROEKONOMIJA, MATE, ZAGREB, PETNAESTO DOPUNJENO IZDANJE, ZAGREB 2007.				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Ekonomski razvoj i ekologija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E017	<b>Godina studija:</b>		II		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Edin Arnaut	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		6		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Temeljni cilj predmeta je unapređivanje sposobnosti studenata da razumiju savremene ekonomske probleme zemalja u razvoju, razvijenih zemalja i zemalja u tranziciji. Cilj predmeta je da se studenti osposobe da donose nezavisne sudove koji se zasnivaju na činjenicama kao i zaključke o politikama u vezi s njihovim mogućim rješenjem. Predmet govori o ekonomiji razvoja u kontekstu osnovnog skupa problema i politika.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Vještine će se izražavati kroz Learning skills (sposobnost da se uči individualno i u timu, da se koristi biblioteka i da se pronađu relevantne informacije o ekonomskom razvoju i ekologiji, kao i sposobnost analize razvojnih problema).					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. EKONOMIJA, INSTITUCIJE I RAZVOJ: GLOBALNA PERSPEKTIVA</li> <li>2. KOMPARATIVNI RAZVOJ: RAZLIKE I ZAJEDNIČKE KARAKTERISTIKE ZEMALJA U RAZVOJU</li> <li>3. KLASIČNE TEORIJE EKONOMSKOG RAZVOJA</li> <li>4. SAVREMENI MODELI RAZVIJENOSTI I NERAZVIJENOSTI</li> <li>5. SIROMAŠTVO, NEJEDNAKOST I RAZVOJ</li> <li>6. RAST STANOVNIŠTA I EKONOMSKI RAZVOJ: UZROCI, POSLJEDICE I KONTROVERZE</li> <li>7. URBANIZACIJA I RURALNO-URBANA MIGRACIJA, TEORIJA I POLITIKA</li> <li>8. LJUDSKI KAPITAL: OBRAZOVANJE I ZDRAVLJE U EKONOMSKOM RAZVOJU</li> <li>9. EKSTERNALIJE I RAZVOJ</li> <li>10. OKOLIŠ I RAZVOJ</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	a. In class b. Online		a. Konsultacije b. Samostalni radni zadaci (seminarski radovi)			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obavezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,6	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,8	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 5%	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	2. Prisustvo na vježbama - 5%	Ocjena		Broj bodova	
	3. SeminarSKI rad (pismeni dio) - 30%	5		0-54	
	4. Kolokvij - 30%	6		55-64	
	5. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%	7		65-74	
	UKUPNO - 100%	8		75-84	
		9		85-94	
		10		95-100	
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	TODARO&SMITH (2006) „EKONOMSKI RAZVOJ“, Šahinpašić, Sarajevo	2			
<b>Dopunska literatura</b>	Jasmina Osmanković i Amina Nikolajev: „Humani razvoj“, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2010				
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Financijski menadžment		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.03.E018	<b>Godina studija</b>	II
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr. sc. Esad Dželilović	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Podizanje nivoa znanja i razumijevanja metoda financijskog menadžmenta u analizi prednosti različitih izvora financiranja i mogućnosti kapitalnih ulaganja.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Obrazovni ishodi se vezuju uz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definisanje uloge financijskog menadžmenta,</li> <li>- osnovna pravila i principe financijskog menadžmenta.</li> <li>- svrhu financijskog menadžmenta,</li> <li>- funkcije financijskog menadžmenta,</li> <li>- funkcionisanje financijskog tržišta,</li> <li>- ocjenu efikasnog upravljanja stalnom imovinom,</li> <li>- ocjenu efikasnog upravljanja obrtnom imovinom,</li> <li>- ocjenu efikasnog upravljanja kapitalom,</li> <li>- optimizaciju izvora finansiranja,</li> <li>- korištenje odgovarajućih metoda za procjenu isptativosti kapitalnih ulaganja.</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razraden prema satnici nastave:</b>	<p><b>I. UVOD U FINACIJSKI MENADŽMENT (2 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pojam, značaj i predmet izučavanja financijskog menadžmenta</li> <li>2. Područja upravljanja i poslovi financijske funkcije</li> <li>3. Simptomi i uzroci financijske krize u poduzeću</li> </ol> <p><b>II. PODUZEĆE I FUNKCIJE PODUZEĆA (3 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poduzeće i cilj poduzeća</li> <li>2. Poslovne funkcije poduzeća i njihovi zadaci</li> <li>3. Odnos financijske funkcije i drugih poslovnih funkcija</li> <li>4. Mjesto financijske funkcije u poduzeću</li> <li>5. Područja upravljanja i poslovi financijske funkcije</li> <li>6. Porezno okruženje <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Izravni porezi</li> <li>b) Neizravni porezi</li> </ol> </li> </ol> <p><b>III. FINACIJSKA POLITIKA I PRAVILA FINANCIRANJA (1 sat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financijska politika</li> <li>2. Cilj financijske politike</li> <li>3. Načela financijske politike</li> <li>4. Pravila financiranja</li> </ol> <p><b>IV. FINACIJSKA TRŽIŠTA (1 sat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Novčano tržište</li> <li>2. Tržište kapitala</li> <li>3. Devizno tržište</li> </ol> <p><b>V. FINANCIRANJE PODUZEĆA (3 sata)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Samofinanciranje</li> <li>2. Zajednička ulaganja</li> </ol>		

	3. Kreditiranje 4. Specifični oblici financiranja 5. Donošenje odluke o financiranju <b>VI. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA (5 sati)</b> 1. Analiza prinostnog, imovinskog i financijskog položaja 1.1. Analiza prinostnog položaja 1.2. Analiza imovinskog položaja 1.3. Analiza financijskog položaja 1.4. Analiza gotovinskih tokova <b>VII. FINANCIJSKO PLANIRANJE (2 sata)</b> 1. Planski bilans uspjeha i stanja 2. Poslovni i financijski rizik i poslovni i financijski leveridž 3. Plan tokova gotovine <b>VIII. INVESTICIJSKI PROJEKTI (10 sati)</b> 1. Vremenska vrijednost novca 2. Pojam i kvantificiranje investicija 3. Projekcija rezidualne vrijednosti, prihoda i rashoda investicijskog projekta 4. Projekcija dobitka i neto novčanog toka investicijskog projekta 5. Pojam i kvantificiranje cijene kapitala 6. Investicijski projekti a i b 7. Financijska ocjena i rangiranje investicijskih projekata 8. Ocjena likvidnosti projekta 9. Investiranje u granicama postojećeg kapaciteta 10. Neizvjesnost i analiza neizvjesnosti <b>IX. FINANCIJSKO UPRAVLJANJE (3 sata)</b> 1. Upravljanje trajnim i dugoročnim kapitalom 2. Upravljanje stalnom imovinom 3. Upravljanje kratkoročnim financijskim obvezama i obvezama prema dobavljačima 4. Upravljanje obrtnim sredstvima					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije  Samostalni radni zadaci			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,6	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,2	<b>Ostalo (Zadača)</b>	1,2
	<b>Kolokvij</b>	1,2	<b>Usmeni ispit</b>	1,8	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	0	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1.Prisustvo na predavanjima - 5% 2.Prisustvo na vježbama - 5% 3.Zadaća - 20% 4.Seminarski rad (pismeni dio) - 10% 5.Kolokvij - 30% 6.Ispit (usmeni ili pismeni) - 30% UKUPNO - 100%		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
			Ocjena		Broj bodova	
			5		0-54	
			6		55-64	
			7		65-74	
			8		75-84	
			9		85-94	
10		95-100				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	MIKEREVIĆ, D. FINANSIJSKI MENADŽMENT, EKONOMSKI FAKULTET BANJA LUKA I FINRAR, BANJA LUKA, 2018. (POGLAVLJA: I – VIII)					
	VAN HORNE J. C., WACHOWICZ, J. M., OSNOVE FINANCIJSKOG MENADŽMENTA, MATE, ZAGREB, 2014. (POGLAVLJA: I, III, IV, VII)	1				
<b>Dopunska literatura</b>	HASANBEGOVIĆ, E.; MENADŽMENT INVESTCIJA, BUGOJNO, 2019					
	KUMALIĆ, J.; FINANSIJSKI MENADŽMENT, EKONOMSKI FAKULTET UNIVERZITETA U BIHAĆU, 2004.					
	ROVČANIN, A.; UPRAVLJANJE FINANSIJAMA, II.DOPUNJENO IZDANJE, EKONOMSKI FAKULTET U SARAJEVU, SARAJEVO 2004.					
	ZAIMOVIĆ, A., ALIBEGOVIĆ DŽ, PRIMJENA FINANSIJSKOG MENADŽMENTA – ZBIRKA ZADATAKA SA TEORIJSKIM OBJAŠNJENJIMA, EKONOMSKI FAKULTET SARAJEVO, 2010. (POGLAVLJA: 1, 2, 3, 7 I 8)					
	ORSAG, S., POSLOVNE FINANCIJE, AVANTIS, ZAGREB, 2015. (POGLAVLJA: I, II, V, VI)					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poduzetništvo					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E019	<b>Godina studija</b>	II			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Jamila Jaganjac	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Omogućiti studentima da kreiraju biznis plan i praktikuju razvoj start-up ideja. Upoznati ih sa konceptima i značajem poduzetništva za lokalnu, regionalnu i globalnu konkurentnost.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	poznavanje osnova menadžmenta, marketinga, organizacije					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	poznavanje teorijskih koncepata razvoja poduzetništva i osnovnih modela poduzetničkih namjera; poznavanje stubova konkurentnosti i GCI 4.0; osposobljenost za pronalaženje inovativnih rješenja u savremenom poslovanju; osposobljenost za izbor strategije; poznavanje poduzetničkih funkcija; poznavanje marketing koncepta u tradicionalnom i online okruženju; sposobnost kreiranja biznis plana i izbora poslovnog modela; poznavanje poduzetničke infrastrukture; poznavanje pokazatelja uspješnosti kompanije; poznavanje izvora financiranja poduzetničkog poduhvata i poduzetničkog rizika					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Pojam i izazovi poduzetništva 2 sata 2. Stvaranje konkurentskih prednosti 3 sata 3. Strateška i planska funkcija poduzetništva 3 sata 4. Upravljačka funkcija poduzetništva 3 sata 5. Organizacijska funkcija poduzetništva 3 sata 6. Poduzeće i poduzetničko okruženje 2 sata 7. Marketing koncept 3 sata 8. Mjerenje uspješnosti kompanije 3 sata 9. Izrada biznis plana 5 sati 10. Poslovni modeli 3 sata					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Case study</b>	1,5
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0,8	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Case study Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10%					

	3. Kolokvij 30 bodova.....30 %				
	<b>Ispit</b>				
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %				
	UKUPNO.....100 %				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Kolaković, M. (2006): Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Sinergija. Zagreb	10			
<b>Dopunska literatura</b>	Škrtić, M. , Mikić, M.(2011). Poduzetništvo. Sinergija. Zagreb Avlijaš. R., Avlijaš G. (2017). Preduzetništvo, Singidunum, Beograd, 2017, treće izdanje (iusbax)				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Međunarodna ekonomija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E020	<b>Godina studija</b>	II			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa međunarodnom ekonomijom i njenim razvojnim tendencijama, kao i teorijom međunarodne trgovine.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Uvod u ekonomiju					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Značaj različitih teorija Međunarodne ekonomije, utjecaj vanjskotrgovinske politike, funkcionisanje ekonomskih integracija, uloga svjetske trgovinske organizacije, uloga platnog bilansa za međunarodna plaćanja, operacije na deviznom tržištu, kretanje kapitala između zemalja, reguliranje međunarodnog monetarnog sistema, značaj evropske monetarne zajednice, benefiti od integracije BiH u svjetski trgovinski sistem.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teorije Međunarodne ekonomije 3 sata</li> <li>2. Pojam i instrumenti vanjsko-trgovinske politike 3 sata</li> <li>3. Teorija ekonomske integracije 3 sata</li> <li>4. Svjetska trgovinska organizacija 4 sata</li> <li>5. Platni bilans 4 sata</li> <li>6. Devizni kurs i devizno tržište 3 sata</li> <li>7. Međunarodno kretanje kapitala 3 sata</li> <li>8. Međunarodni monetarni sistem 3 sata</li> <li>9. Evropska monetarna zajednica 2 sat</li> <li>10. Integracija Bosne i Hercegovine u svjetski trgovinski sistem 2 sat</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
	Online					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0,9	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	0,9	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
	Ocjena	Broj bodova		
	5	0-54		
	6	55-64		
	7	65-74		
	8	75-84		
	9	85-94		
	10	95-100		
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	BRKIĆ S., :“ MEĐUNARODNA EKONOMIJA“, (ELEKTRONSKA VERZIJA), EKONOMSKI FAKULTET SARAJEVO, 2016.			
<b>Dopunska literatura</b>	GRGIC, M., I BILAS, V., :“MEĐUNARODNA EKONOMIJA“, LARES PLUS, PRVO IZDANJE, ZAGREB 2008			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment ljudskih resursa					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E021	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Jamila Jaganjac	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Lejla Tatarević Šćetić					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa ulogom ljudskih resursa u kompanijama, politikom upravljanja ljudskim resursima u suvremenom okruženju i alatima koji se koriste za njihov učinkoviti angažman.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje menadžerskih funkcija i savremenog koncepta menadžmenta u mikro i makro okruženju.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	sposobnost kreiranja strategije upravljanja ljudskim resursima; sposobnost dizajniranja radnih mjesta; poznavanje i primjena metoda i alata planiranja ljudskih resursa; sposobnost kreiranja i primjene metoda i tehnika privlačenja i selekcije kandidata; kreiranje programa uvodne orijentacije i reorijentacije zaposlenika; poznavanje i primjena metoda motivacije; sposobnost kreiranja programa za inoviranje znanja; poznavanje i primjena metoda procjene uspješnosti zaposlenika; sposobnost kreiranja programa zadržavanja zaposlenika; poznavanje tehnika planiranja razvoja karijere zaposlenika					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Uvod u menadžment ljudskih resursa 2 sata 2. Upravljanje znanjem 3 sata 3. Dizajniranje radnih mjesta 3 sata 4. Planiranje ljudskih resursa 4 sata 5. Pribavljanje i selekcija LJR 3 sata 6. Orijehtacija i reorijentacija 3 sata 7. Motivacija 3 sata 8. Obrazovanje i inoviranje znanja 3 sata 9. Procjena uspješnosti LJR 4 sata 10. Razvoj karijere 1 sat 11. Globalni menadžment 1 sat					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,6	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	ĆAMILOVIĆ. S, VUJČ.V. (2011). OSNOVE MENADŽMENTA LJUDSKIH RESURSA.. TEKON., BEOGRAD	3				
	JAGANJAC, J. (2014) i (2016) UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM KAPITALOM U KOMPANIJAMA, Marcos design, BANJA LUKA	4				
<b>Dopunska literatura</b>	JAGANJAC, J., LUKIĆ NIKOLIĆ, J. (2023) ORGANIZACIONO PONAŠANJE I LIDERSTVO: IZAZOVI DIGITALNOG DOBA. SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET "VITEZ" TRAVNIK  RAHIMIĆ, Z. (2010). MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA . EKONOMSKI FAKULTET SARAJEVO.SARAJEVO (uisbax, pdf)					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Makrosustav EU					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E022	<b>Godina studija</b>	III			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	8			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Stjecanje temeljnih znanja o institucijama i makroekonomskim politikama u EU, te o sustavu koji uzrokuje makroekonomski razvoj Unije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje makroekonomske organizacije države i razumjevanje makroekonomskih indikatora.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Razlozi ekonomskih integracija, djelovanje europskih politika, funkcionisanje jedinstvenog europskog tržišta, uloga carinske politike EU, globalizacija i otvorenost prema svjetskim tokovima, uloga investicija i kretanje poslovnih ciklusa, monetarna organizacija i uloga Evroske središnje banke, značaj optimalnog valutnog područja, uloga proračunske politike i njena dinamika,					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekonomski i politički uvjeti nastanka Europske ekonomske integracije 3 sata</li> <li>2. Sustav europskih politika i unutrašnje europsko tržište 3 sata</li> <li>3. Trgovinska i carinska politika EU-a 3 sata</li> <li>4. Makroekonomija otvorenog gospodarstva 4 sata</li> <li>5. Makrosustav EU i prateće politike EU 4 sata</li> <li>6. Investiranje i poslovni ciklusi EU 3 sata</li> <li>7. Evropska monetarna integracija i ekonomska koordinacija 3 sata</li> <li>8. Monetarna politika u EU zoni i Europska središnja banka 3 sata</li> <li>9. Oprimalno valutno područje i evropska fiskalna (proračunska) politika 2 sat</li> <li>10. Javne nabavke i javne usluge u EU 2 sat</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
	Online					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,2	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	2,4	<b>Usmeni ispit</b>	1,2	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,2	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	KANDŽIJA V, CVEČIĆ I.: MAKROSUSTAV EUROPSKE UNIJE , EKONOMSKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U RIJECI, RIJEKA, 2008.	13				
	KANDŽIJA V, EKONOMSKA POLITIKA EU, EKONOMSKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U RIJECI, 2011.					
	HADŽIAHMETOVIĆ A. : EKONOMIJA EVROPE, UNIVERSITY PRESS, SARAJEVO, 2011.					
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovno odlučivanje					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E053	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa značajem i ulogom poslovnog odlučivanja. Poslovno odlučivanje je sastavni dio svakodnevnih menadžerskih poslova i potrebno je studente osposobiti za uspješno i kvalitetno poslovno odlučivanje.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prepoznati faktore koji mogu utjecati na racionalnost donositelja odluke te prepoznati najčešće greške u odlučivanju;</li> <li>- Objasniti čimbenike u odlučivanju;</li> <li>- Razlikovati pristupe u rješavanju problema odlučivanja ovisno o njegovim karakteristikama;</li> <li>- Razlikovati normativne i deskriptivne modele za analizu odluke, programirane i neprogramirane odluke te strukturirane i nestrukturirane odluke;</li> <li>- Usporediti stilove odlučivanja;</li> <li>- Primijeniti teoriju igara u rješavanju problema odlučivanja.</li> </ul>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. OSNOVE POSLOVNOG ODLUČIVANJA (4 sata)</li> <li>2. TEORIJSKI PRISTUP ODLUČIVANJU (3 sata)</li> <li>3. ČIMBENICI ODLUČIVANJA (5 sati)</li> <li>4. FAZE PROCESA ODLUČIVANJA (3 sata)</li> <li>5. NAČINI ODLUČIVANJA (6 sati)</li> <li>6. MODELI I TEHNIKE ODLUČIVANJA (4 sata)</li> <li>7. SUSTAVI ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU (2 sati)</li> <li>8. PODRŠKA ZA ODLUČIVANJE TEMELJENA NA UMJETNOJ INTELIGENCIJI (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online			Konzultacije		
<b>Obaveze studenta</b>	<p>1) Pohadanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</p> <p>2) Učenje, pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</p> <p>3) Pohadanje i aktivno sudjelovanje na vježbama kroz izradu individualnih i timskih zadataka, analize slučajeva</p>					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio)</b>	<b>Pohadanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>	

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo</b>	
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1,05	<b>Izrada zadataka</b>	0,7
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 10 bodova.....10 % Usmena prezentacija 5 bodova..... 5% Izrada zadataka 10 bodova.....10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	Sikavica, P., Hunjak, T., Begičević, N., & Hernaus, T. (1999.). <i>Poslovno odlučivanje</i> . Školska knjiga.	2				
<b>Dopunska literatura</b>	1. Poslovno odlučivanje-skripta Fehrić Fahrudin, Travnik (2010). 2. Baračkai, Zoltan: I u e-doba odlučuje čovjek, Sinergija, 2004.					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Kvantitativne metode u ekonomiji					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.06.E024	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Ibrahim Obhodaš	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			8	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznati student sa osnovama i primjenom kvantitativnih metoda modela u poslovnom odlučivanju i finasijama.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih matematičkih funkcija i operacija su neophodne kao ulazne kompetencije za predmet, gdje će student steći znanje izračuna finasijskih i kvantitativnih metoda u ekonomiji i menadžmentu.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	poznavanje i primjena osnovnih izračuna koji se tiču finasijskog poslovanja; analiza bilansa stanja i uspjeha sa osvrtom na vremenske serije; osnovne trgovačke analize koje obuhvataju račun podjele i račun smjese; primjenu linearnog programiranja u optimiziranju proizvodnih procesa; primjenu nelinearnog programiranja kroz optimiziranje proizvodnih procesa; transportnu metodu primjeniti kroz optimiziranje najpovoljnijih rješenja i ishoda; modelom raspoređivanja maksimizirati/minimizirati optimalno rješenje funkcije cilja; mrežnim planiranjem utvrditi najpovoljniji ishod rješenja projekta; optimalno planiranje zaliha; primjena kvantitativnih metoda u solveru.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. OSNOVE KVANTITATIVNIH METODA U ODLUČIVANJU 2 časa 2. KAMATNI RAČUN 2 časa 3. ESKONTNI RAČUN I TEKUĆI RAČUN 2 časa 4. RAČUN AMORTIZACIJE I BONITETA SREDSTAVA 2 časa 5. MJERENJE ELASTIČNOSTI PONUDE I POTRAŽNJE 2 časa 6. KALKULACIJE 2 časa 7. METODE FORMIRANJA CIJENA 2 časa 8. ODLUČIVANJE NA TEMELJU LINEARNOG PROGRAMIRANJA 4 časa 9. MREŽNO PLANIRANJE 4 časa 10. ODLUČIVANJE NA TEMELJU VIŠESTRUKKE REGRESIJE ANALIZE 2 časa 11. ODLUČIVANJE O UPRAVLJANJU ZALIHA 2 časa 12. REDOVI ČEKANJA 2 časa 13. SIMULACIJA 2 časa					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online			Konsultacije		
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,2	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,4	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,4	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	STIEPO ANDRIJIĆ, MATEMATIČKI MODELI I METODE PROGRAMIRANJA U GOSPODARSKOM DRUŠTVU, SINOPSIS, SARAJEVO –ZAGREB.	2				
	DARIJO JERKOVIĆ, IBRHIM OBHOĐAŠ, LORDAN ILIČIĆ, UVOD U TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA, SVEUČILIŠTE „VITEZ“ VITEZ 2019.	150				
	2. MIODRAG JOVIČIĆ, SAŠA VUJIĆ, KVANTITATIVNI ASPEKTI EKONOMIJE I BIZNISA, SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET VITEZ TRAVNIK	5				
	MIODRAG JOVIČIĆ, SAŠA VUJIĆ, IBRAHIM OBHOĐAŠ, KVANTITATIVNI ASPEKTI EKONOMIJE I BIZNISA, ZBIRKA ZADATAKA, SVEUČILIŠTE/UNIVERZITET VITEZ TRAVNIK	5				
<b>Dopunska literatura</b>	1. ŽELIMIR VUČKOVIĆ, MATEMATIČKE METODE I MODELI, EKONOMSKI FAKULTET SARAJEVO 2. ROGER G. SCHROEDER, ODLUČIVANJE U FUNKCIJI PROIZVODNJE, MATE ZAGREB 6. 3. WINSTON W.L. INTRODUCTION TO PROBABILITY MODELS, OPERATIONS RESEARCH VOLUME TWO, IV EDITION, TOMSON, BELMONT, 2004 4. ALEXANDAR C. MARKET MODELS: A GUIDE TO FINANCIAL DATA ANALYSIS, JOHN WILEY AND SONS. CHICHESTER 2001					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Istraživanje marketinga					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E031	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Lejla Tatarević Ščetić					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa osnovama istraživačkog procesa i upotrebi naučnih metoda za potrebe različitih tržišnih i marketinških istraživanja					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Sposobnost planiranja i organizacije istraživačkog procesa, definiranje problema istraživanja i istraživačkih hipoteza, značaj sekundarnih podataka, potrebe za primarnim podacima, određivanje pravilnog uzorka, kodiranje podataka, poznavanje različitih metoda analize podataka, izrada izvještaja o obavljenom istraživanju, definiranje svrhe i primjene marketing informacijskog sustava, tehnike i metode predviđanja prodaje, istraživanja za potrebe investicijskih odluka, specifičnosti istraživanja na ino-tržištima,					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uloga i značaj istraživanja marketinga (1 sat)</li> <li>2. Proces istraživanja marketinga (3 sata)</li> <li>3. Prikupljanje sekundarnih podataka (2 sata)</li> <li>4. Prikupljanje primarnih podataka (4 sata)</li> <li>5. Primjena uzorka u prikupljanju podataka (2 sata)</li> <li>6. Analiza prikupljenih podataka (5 sati)</li> <li>7. Izvještaj o obavljenom istraživanju (3 sata)</li> <li>8. Marketing informacijski sustav (3 sata)</li> <li>9. Predviđanje prodaje (3 sata)</li> <li>10. Istraživanje marketinga za potrebe donošenja investicijskih odluka (3 sata)</li> <li>11. Istraživanja u međunarodnom marketingu (4 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online			Konsultacije		
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	

	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	1,05	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,05	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %  <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Tihi, B., Rađenović, B. "ISTRAŽIVANJE MARKETINGA", prvo izdanje, Univerzitet za poslovni inženjering imenadžment, Banja Luka, 2008.	1				
	Tihi, B. "ISTRAŽIVANJE MARKETINGA", peto izmjenjeno i dopunjeno, EF,Sarajevo, 2007	1				
<b>Dopunska literatura</b>	Churchill, G.A.Jr., Iacobucci, D. „Marketing Research“, Eight Edition, South-Western, Ohio, 2002					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment obiteljskih poduzeća		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E082	<b>Godina studija</b>	III
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7
<b>Saradnici</b>	nema		
<b>OPISPREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj je upoznati studente sa pojmom obiteljskog poduzetništva i obiteljskog poduzeća, te društveno – ekonomskom ulogom ove vrste poduzetništva. Predmet studente osposobljava za utvrđivanje jasne distinkcije između obiteljskog i neobiteljskog poduzeća, načina profesionalizacije, kategorizacijama ovog oblika poduzetništva, načinu donošenja strateških odluka, te fenomenom generacijske tranzicije obiteljskog poduzeća.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <p>Prepoznati karakteristike i značaj obiteljskih poduzeća</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Komentirati važnost obiteljskih poduzeća za nacionalno i svjetsko gospodarstvo</li> <li>- Kategorizirati sukobe u obiteljskim poduzećima</li> <li>- Analizirati životni ciklus obiteljskog poduzeća</li> <li>- Identificirati ključne izazove za obiteljska poduzeća</li> <li>- Analizirati znanje kao strateški resurs i komparativnu prednost obiteljskih poduzeća</li> <li>- Istražiti način na koji se kompenziraju članovi obitelji</li> <li>- Prepoznati važnost procesa nasljeđivanja i prijenosa poslovanja</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. OKVIR ZA ISTRAŽIVANJE OBITELJSKIH PODUZEĆA</li> <li>2. PODUZETNIČKI PODUH VAT – STVARANJE POVIJESTI</li> <li>3. IZAZOVI OBITELJSKIH PODUZEĆA</li> <li>4. PUTOVANJE KROZ PROCES SUKCESIJE U OBITELJSKIM PODUZEĆIMA</li> <li>5. KAKO PRIPREMITI NASLJEDNIKE ZA USPJEŠNO VOĐENJE OBITELJSKOG PODUZEĆA</li> <li>6. IZA KULISA - SUKOB I UPRAVLJANJE SUKOBIMA U OBITELJSKIM PODUZEĆIMA</li> <li>7. STRATEGIJE UPRAVLJANJA SUKOBIMA</li> <li>8. PROCJENA VRIJEDNOSTI OBITELJSKOG PODUZEĆA</li> <li>9. DIFUZIJA ZNANJA ILI KAKO PRENIJETI STRATEŠKE RESURSE NA SLJEDEĆU GENERACIJU</li> <li>10. UPRAVLJANJE KOMPENZACIJAMA U OBITELJSKOM PODUZEĆU: KLJUČEVI ZA USPJEH</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konzultacije	
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Učenje, pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama kroz izradu individualnih i timskih zadataka, analize slučajeva</li> </ol>		

<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>	
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Analiza studija slučaja</b>	0,7
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova ..... 5 % Prisustvo vježbama 5 bodova ..... 5 % Interaktivnost 5 bodova ..... 5 % 2. Seminarski Pismeni dio 10 bodova ..... 10 % Usmena prezentacija 5 bodova ..... 5 % Analiza studija slučaja 10 bodova ..... 10 % 3. Kolokvij 30 bodova ..... 30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni ispit 30 bodova ..... 30 % <b>UKUPNO</b> ..... 100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Gavrić, T. (2024). Menadžment obiteljskih poduzeća -“Između tradicije i budućnosti: strategije za navigaciju kroz generacijske izazove.”					
	2. Kružić, D., D. Bakotić, I. Bulog, Ž. Dulčić, M. Glamuzina, Z. Klepić, M. Lovrinčević, and A. Mihić Ostojić. (2016) Obiteljsko poduzetništvo. Sveučilište u Mostaru, Ekonomski fakultet, Mostar.					
<b>Dopunska literatura</b>	Mezulić Juric, P., Alpeza M. (2017) Izazovi prijenosa poslovanja u malim i srednjim poduzećima, CEPOR, Zagreb.					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment investicija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.03.E034	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Selma Vidilmić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7			
<b>Saradnici</b>	Nema					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa teorijom i praksom investicija radi sticanja osnovnih znanja iz oblasti upravljanje investicionim procesima i aktivnostima i ovladavanje osnovnim metodologijama i tehnikama koje se koriste za pripremu i ocjenu investicionih projekata. Razvijanje sposobnosti i vještina za komuniciranje i vođenje projektnih aktivnosti.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Nakon uspješnog savladavanja gradiva ovog predmeta studenti će znati šta su to investicije, koje investicije postoje i kako se vrši procjenjivanje i donošenje odluka o investiranju. Menadžment investicija podrazumijeva investiranje u javni i privatni sektor, investiranje u realnu imovinu kao i u vrijednosne papire. Studenti će uspješno savladati savremenu metodologiju izrada investicionih projekata, dinamičke i druge metode kvantifikacije investicionih projekata.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. POJAM , VRSTE I OSNOVNE KARAKTERISTIKE INVESTICIJA</li> <li>2. UPRAVLJANJE INVESTICIJSKIM PROJEKTIMA</li> <li>3. SAVREMENE METODE I TEHNIKE UPRAVLJANJA PROJEKTIMA</li> <li>4. METODOLOGIJA IZRADE I SADRŽAJ INVESTICIONOG PROJEKTA</li> <li>5. POJAM, KVANTIFIKACIJA I UPRAVLJANJE PROJEKTNIM RIZICIMA</li> <li>6. PREDMETI I POLITIKE INVESTIRANJA</li> <li>7. INVESTIRANJA NA FINANSIJSKIM TRŽIŠTIMA</li> <li>8. FINANSIRANJE INVESTICIJA</li> <li>9. SUBVENCIRANJE INVESTICIONIH PROJEKATA</li> <li>10. NOVČANI TOKOVI INVESTICIONOG PROJEKTA I FINANSIJSKA OCJENA</li> <li>11. INVESTICIJSKI FONDOVI</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije  Samostalni radni zadaci				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obavezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,7	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	0	<b>Ostalo (Zadaća)</b>	2,1
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	2,1	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Pismeni ispit</b>	0	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima - 10%	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova				
	2. Kolokvij I (prvih 50% gradiva) - 10%					
	3. Kolokvij II (drugih 50% gradiva) - 10%	5	0-54			
	4. Zadaća - 20%	6	55-64			
	5. SeminarSKI rad (pismeni dio) - 10%	7	65-74			
	6. Prezentacija seminarSKOG rada - 10%	8	75-84			
	7. Ispit (usmeni ili pismeni) - 30%	9	85-94			
	UKUPNO - 100%	10	95-100			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	HASANBEGOVIĆ, E., MENADŽMENT INVESTICIJA, BUGOJNO, 2019.	3				
<b>Dopunska literatura</b>	I. IBERLJIĆ, INVESTICIJE I I II, TUZLA, D.O.O. HARFO-GRAF, 2006.					
	BENDEKOVIĆ, J., PRIPREMA I OCJENA INVESTICIONI H PROJEKATA, FOIP BIBLIOTEKA, ZAGREB, 2007.					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovno komuniciranje					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E041	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6			
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Andrea Furundžija					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Osposobiti studente za kvalitetno i uspješno komuniciranje u domaćem i međunarodnom poslovnom okruženju. Operativni cilj je upoznati studente s osnovnim karakteristikama, principima, oblicima i tehnikama komuniciranja u poslovnom životu.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Razumjevanje procesa komuniciranja unutar poduzeća i poduzeća s okruženjem, strategije komuniciranja, efikasno komuniciranje kroz pisano, usmeno i neverbalno komuniciranje sasvim akterima u različitim poslovnim prilikama, sastavljanje poslovnih drugih dopisa, pripreme i uspješno javno prezentiranje, organizacija poslovnih sastanaka, procesi pregovaranja, taktike u kriznom komuniciranju, značaj integracije različitih vidova komuniciranja, etički principi i načini komunikacije					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Osnove i principi poslovnog komuniciranja (2 sata)</li> <li>2. Oblici, vrste i načela poslovnog komuniciranja (3 sata)</li> <li>3. Funkcije i namjena poslovnog komuniciranja (2 sata)</li> <li>4. Ciljevi i strategije poslovnog komuniciranja (3 sata)</li> <li>5. Učinkovitost verbalne i neverbalne poslovne komunikacije (3 sata)</li> <li>6. Tržišno komuniciranje (4 sata)</li> <li>7. Integrirana marketinška komunikacija (3 sata)</li> <li>8. Krizno komuniciranje u poslovanju poduzeća (3 sata)</li> <li>9. Poslovna korenspondencija (5 sati)</li> <li>10. Etički principi u poslovnom komuniciranju (2 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %			
	<b>Ispit</b>			
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %			
	UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Fehrić, F. i Zekić S. „Komuniciranje u savremenom poslovanju“, Priručnik za studente, Sveučilište "Vitez", 2015.			
	Brkić, N., Husić, M., „Zbirka slučajeva iz marketing komuniciranja“, EF Sarajevo, 2003.	1		
<b>Dopunska literatura</b>	Osredečki, E. „Poslovno komuniciranje“, Naklada Edo, Samobor, 2000. Dobrijević, G. „Poslovno komuniciranje i pregovaranje“, Univerzitet Singidum, Beograd, 2011.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Vanjskotrgovinsko poslovanje					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E036	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa metodama i tehnikama u vanjskotrgovinskom poslovanju. Studenti trebaju savladati znanja o organizaciji, načelima i metodologiji poslovanja vanjskotrgovinske aktivnosti.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Uspješno savladavanje uloge, mjesta i značaja vanjske trgovine za poduzeće; savladavanje uloge, mjesta i značaja vanjske trgovine za ukupnu državu; poznavanje vrsta vanjskotrgovinskog poslovanja; poznavanje tehnika izvoza; poznavanje tehnika uvoza; poznavanje značaja vanjske trgovine; poznavanje berzanskog poslovanja; osnovna znanja o finansiranju vanjskotrgovinskog poslovanja; poznavanje INCOTERMS; poznavanje trgovačkih običaja i uzansi;					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. ZNAČAJ VANJSKE TRGOVINE (3 časa) 2. VRSTE VANJSKOTRGOVINSKIH POSLOVA (3 časa) 3. NASTUP U VANJSKOJ TRGOVINI (3 časa) 4. BERZE I BERZANSKO POSLOVANJE (3 časa) 5. INCOTERMS (3 časa) 6. TRGOVAČKI OBIČAJI I UZANSE (3 časa) 7. TEHNIKA IZVRŠENJA IZVOZA (3 časa) 8. TEHNIKA IZVRŠENJA UVOZA (3 časa) 9. OSTALI VANJSKOTRGOVINSKI POSLOVI (3 časa) 10. FINANCIRANJE VANJSKOTRGOVINSKIH TRANSAKCIJA (3 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (Studij slučaja)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave:			
	Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 %			
	Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 %			
	Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 %			
	2. Seminarski			
	Pismeni dio 15 bodova.....15 %			
	Usmena prezentacija 10 bodova..... 10%			
	3. Kolokvij 30 bodova.....30 %			
	<b>Ispit</b>			
4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %				
UKUPNO.....100 %				
Visina ocjene prema broju osvojenih bodova:				
Ocjena		Broj bodova		Opisna ocjena
5		0-54		Nedovoljan, 5 FX
6		55-64		Dovoljan, 6 E
7		65-74		Zadovoljava, 7 D
8		75-84		Dobar, 8C
9		85-94		Vrlodobar, 9B
10		95-100		Izvrstan, 10A
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	1. Andrijanić I, „Poslovanje u vanjskoj trgovini“, Ekonomski fakultet Zagreb, Mikrorad, izdanje 2010. godine.	1		
	2. Matić, B, „ Vanjskotrgovinsko poslovanje“; Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Sinergija, 2004. godine	10		
<b>Dopunska literatura</b>	1. Backović, E., „Finansiranje spoljnotrgovinskih transakcija“, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2007. godine.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Operacijski menadžment		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E039	<b>Godina studija</b>	IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	doc. dr. sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o operacijskom menadžmentu, te funkcionisanju i odvijanju proizvodnog procesa i kvantitativnim metodama za unapređenje kvaliteta procesa.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati pojam operacijskog menadžmenta i temeljne koncepte upravljanja operacijama</li> <li>- Razviti sposobnost efikasna planiranja kapaciteta i troškova proizvodnje</li> <li>- Analizirati planiranje i upravljanje proizvodnim i uslužnim procesima i kapacitetima</li> <li>- Opisati značaj računalnog upravljanja proizvodnim sustavima</li> <li>- Opisati vještine upravljanja kadrovima</li> <li>- Objasniti modele upravljanja zalihama</li> <li>- Objasniti koncepte upravljanja kvalitetom u suvremenom poslovanju</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod u operacijski menadžment(2 sata)</li> <li>2. Planiranje proizvoda i oblikovanje(2 sata)</li> <li>3. Planiranje fiksnog kapaciteta(2 sata)</li> <li>4. Planiranje varijabilnog kapaciteta(3 sata)</li> <li>5. Upravljanje potražnjom(3 sata)</li> <li>6. Agregatno planiranje i glavni plan(3 sata)</li> <li>7. Terminiranje operacija(2 sata)</li> <li>8. Upravljanje projektom(3 sata)</li> <li>9. Kvaliteta(2 sata)</li> <li>10. Upravljanje zalihama(3 sata)</li> <li>11. Sustav repova čekanja(3 sata)</li> <li>12. Studij rada i sredstva upravljanja(2 sata)</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije	
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> </ol>		

3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,05	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,75	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	2,1	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	2,1	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Barković, D. (1999). Uvod u operacijski management, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.					
Dopunska literatura	2. Jovo M.Todorović, Danica Lečić – Cvetković, Upravljanje proizvodnjom, Beograd 2005. 3. Schonberger R.J., Knod M.E., „Operations management, Irwin, 1994.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Strateški menadžment					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E042	<b>Godina studija</b>			IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Merima Aljić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			8	
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Lejla Tatarević Ščetić					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Sticanje znanja povezanih sa oblikovanjem, analizom, provedbom i kontrolom poslovne strategije preduzeća, kao i sa savremenim pristupima strateškom menadžmentu					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje menadžmenta, organizacije, poslovnog odlučivanja					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	Razumijevanje značaja strateškog menadžmenta za rast i razvoj kompanije; razumijevanje procesa strateškog menadžmenta; sposobnost definiranja misije, vizije, ciljeva; ovladavanje metodama i tehnikama analize okoline; izrada SWOT analize; sposobnost identificiranja strategije primjerene za poslovnu situaciju i evaluiranja alternativa; unapređenje analitičkih sposobnosti; ovladati pristupima implementaciji strategije; razumijevanje značaja strateške kontrole na svim nivoima; korištenje informacijskog sistema u procesima odlučivanja					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Pojam i procesi strateškog menadžmenta, postavljanje misije, vizije i ciljeva 2 sata 2. Metode i tehnike analize opće i poslovne okoline 3 sata 3. Metode i tehnike analize interne okoline 2 sata 4. Proces i metode predviđanja okoline 3 sata 5. Formuliranje strategije 3 sata 6. Korporacijske i generičke strategije 3 sata 7. Portfolio matrice i strateška usmjerenja 2 sata 8. Pristup implementaciji strategije i strategije promjena 2 sata 9. Implementacija strategije putem funkcijskih strategija 2 sata 10. Implementacija putem strukture, vođstva, kulture i nagrađivanja 2 sata 11. Tipovi i nivoi strateške kontrole, mjerila performansi 4 sata 12. Strateški informacijski sistem 2 sata					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,4	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	1,3	<b>Usmeni ispit</b>	1,3	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova.....10 % 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
	Buble, M, et al. (2005). Strateški menadžment. Zagreb.Sinergija	10				
<b>Dopunska literatura</b>	Arthur A. Thompson,A.J. Strickland III, John E.Gamble. (2008). Strateški menadžment. Mate. Zagreb					
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Digitalni marketing					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E067	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	8			
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Matea Đotlo					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama o digitalnom marketingu kao najbrže rastućem segmentu ukupnog marketinga, njegovim specifičnostima i poziciji u integriranoj marketinškoj komunikaciji sa suvremenim potrošačima					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Identifikacija važnosti primjene digitalnog marketinga danas, razlike između tradicionalnog i digitalnog marketinga, upravljanje odnosima s kupcima kroz sve digitalne kanale komunikacije, identifikaciji i utvrđivanju prednosti i nedostataka svakoj pojedinog digitalnog kanala te planiranje i izgradnja vlastite prepoznatljivosti i uspješne komunikacije sa kupcima na tim kanalima, prednosti korištenja mobilnog marketinga, značaj društvenih mreža za digitalni marketing, značaj optimizacije pretraživača, izgradnja digitalne reputacije.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod u digitalni marketing (2 sata)</li> <li>2. Tradicionalni v.s. digitalni marketing (2 sata)</li> <li>3. E-kupci (2 sata)</li> <li>4. E-modeli (3 sata)</li> <li>5. Osnove mobilnog marketinga (3 sata)</li> <li>6. Modaliteti mobilnog marketinga (3 sata)</li> <li>7. Email marketing (4 sata)</li> <li>8. Povijest i teorijske osnove društvenih mreža (3 sata)</li> <li>9. Proces izgradnje marketinga na društvenim mrežama (4 sata)</li> <li>10. Pretraživači – „agregatori reputacije“ (4 sata)</li> <li>11. Društveni sadržaji – content marketing (4 sata)</li> <li>12. Perspektive marketinga na društvenim mrežama (2 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,2	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	2,4	<b>Usmeni ispit</b>	1,2	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,2	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohadanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %			
	<b>Ispit</b>			
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %			
	UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Galogaža, M., INTERNET MARKETING, Panevropski univerzitet "Apeiron", Banja Luka, 2007.			
	Dave Chaffey and PR Smith „DIGITALNI MARKETING, planiranje i optimizacija“, Fakultet za medije i komunikacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2018.			
	Ivan Bauer “DIGITALNI MARKETING”, Zavod za udžbenike, Beograd, 2013.			
<b>Dopunska literatura</b>				
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Digitalna ekonomija i ekonomski modeli					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E083	<b>Godina studija</b>		IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Jelena Ljubas Ćurak	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		7		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima digitalne ekonomije, izazovima, promjenama koje je prouzročio razvoj digitalne ekonomije i novi ekonomski modeli.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Savladane vještine se iskazuju kroz analiziranja i procjenjivanja utjecaja novih ekonomskih modela i digitalnog doba na ekonomiju.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati temeljne pojmove i koncepte digitalne ekonomije</li> <li>- Prepoznati gospodarske izazove digitalne ekonomije</li> <li>- Spoznati i ukazati na ključne trendove gospodarskog razvoja</li> <li>- Valorizirati nove ekonomske modele</li> <li>- Identificirati i usporediti ključne promjene i prilike u implementaciji digitalne transformacije u odabranim industrijama</li> <li>- Upoznati se i usporediti različite stilove upravljanja promjenama</li> <li>- Spoznati digitalna dobra i usluge</li> </ul>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. POJAM DIGITALNOG DOBA (2 sata)</li> <li>2. OSNOVNI KONCEPTI PROMJENA DIGITALNOG DOBA (2 sata)</li> <li>3. ZNAČAJ UPRAVLJANJA PROMJENAMA (3 sata)</li> <li>4. VRSTE POSLOVNIH PROMJENA (3 sata)</li> <li>5. INDUSTRIJA 4.0. I TEHNOLOŠKE PROMJENE (4 sata)</li> <li>6. NOVI EKONOMSKI MODELI (4 sata)</li> <li>7. DIGITALNA TRANSFORMACIJA (3 sata)</li> <li>8. MODELIRANJE PROCESIMA PROMJENA (3 sata)</li> <li>9. STILOVI UPRAVLJANJA PROMJENAMA (3 sata)</li> <li>10. DIGITALNA DOBRA I USLUGE, DIGITALNE PLATFORME (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije				
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama</li> </ol>					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Perkov, D. (2019). Upravljanje promjenama u poslovnoj organizaciji digitalnog doba. Zagreb, Narodne novine	-				
<b>Dopunska literatura</b>	2. Overby, Harald. Audestad, Jan A. ( 2018). Digital Economics: How Information and Communication Technology is Shaping Markets, Businesses, and Innovation. CreateSpace Independent Publishing Platform 3. Spremić, M. ( 2017). Digitalna transformacija poslovanja. Ekonomski fakultet u Zagrebu.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje projektima u poslovnim sistemima				
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski				
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E084	<b>Godina studija</b>	IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6		
<b>Saradnici</b>					
<b>OPIS PREDMETA</b>					
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima u području projekata i upravljanja projektima te stjecanje znanja u formalnom definiranju projekta, načinu njegovog pokretanja i odvijanja, timskom radu, formalnom praćenju realizacije projekta, metodama i tehnikama upravljanja projektima.				
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nakon završenog kolegija student će moći prepoznati što je projekt i kako prići načinu njegove realizacije. Usvojiti rječnik koji se koristi u problemima upravljanja projektima; kategorizirati projektne organizacije, opisati faze u životnom ciklusu projekta; njihove ulazne komponente i ishode pojedinih faza. Primijeniti znanja projektnog menadžmenta za realizaciju pojedine projektne faze.				
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Nakon završenog predmeta student će moći: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opisati i interpretirati temeljna obilježja upravljanja projektima</li> <li>- Primijeniti strategije u provedbi projekata</li> <li>- Procijeniti utjecaj dionika, menadžera i projektnog tima na planiranje i provedbu projekta</li> <li>- Primijeniti usvojena teorijska i praktična znanja na upravljanje ciljevima projekta, ljudskim resursima, troškovima, vremenom, nabavom i rizicima</li> </ul>				
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TEMELJNA OBILJEŽJA UPRAVLJANJA PROJEKTIMA (4 sata)</li> <li>2. POJAM I DEFINICIJA UPRAVLJANJA PROJEKTIMA (4 sata)</li> <li>3. STRATEGIJA I UPRAVLJANJE PROJEKTIMA (4 sata)</li> <li>4. PROJEKTNI SUDIONICI (2 sata)</li> <li>5. PROJEKTNI MENADŽER (2 sata)</li> <li>6. PROJEKTNI TIM (2 sata)</li> <li>7. PROJEKTNA ORGANIZACIJA (2 sata)</li> <li>8. PROCESI UPRAVLJANJA PROJEKTIMA (4 sata)</li> <li>9. PODRUČJA UPRAVLJANJA PROJEKTIMA (4 sata)</li> <li>10. FAZE (PROCESI) RADA NA PROJEKTU(4 sata)</li> </ol>				
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije			
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama</li> </ol>				
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio)</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b> 0

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	<b>Ekperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	4. Majstorović, V. (2010). Projektni menadžment. Sveučilište u Mostaru, Mostar.					
<b>Dopunska literatura</b>	5. PMI: A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK - Guide); PMI; 2004. 2. Kerzner H.: Project Management Case Studies; John Willey & Sons; 2004. 6. Omazić M.A., Baljkas S.: Projektni menadžment; Sinergija; 2005.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Baze podataka		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.03.I020	<b>Godina studija</b>	II
<b>Nositelj/i predmeta</b>	doc. dr. sc. Mahir Zajmović	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Kroz ovaj predmet studenti će se upoznati i savladati čuvanje, pristup i analize podataka kao i znanje iz dizajna i strukture baze podataka.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>			
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Po završetku kursa student će moći</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. da objasni karakteristike koje razlikuju baze podataka od tradicionalnog načina pohranjivanja podataka,</li> <li>2. da opiše komponente baze podataka,</li> <li>3. daje primjer za upotrebu komponenti,</li> <li>4. projektuje bazu podataka,</li> <li>5. kreira baze podataka,</li> <li>6. koristi SQL upitni jezik,</li> <li>7. rukuje različitim sistemima sa upravljanje bazama podataka (SUBP),</li> <li>8. postavlja i uklanja ovlasti (permisije) korisnicima SUBP-a,</li> <li>9. primjenjuje ugrađene sigurnosne mehanizme u SUBP-u,</li> <li>10. kreira izvještaje putem SUBP-a.</li> </ol>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informacioni modeli i sistemi</li> <li>2. Potrebe za strukturama podataka</li> <li>3. Operacije nad strukturama podataka</li> <li>4. Modeli baza podataka</li> <li>5. Dizajniranje baza podataka</li> <li>6. Sortiranje podataka</li> <li>7. Programski upitni jezik za pristup bazama podataka (SQL)</li> <li>8. Tipovi upita, indeksi i optimizacija upita</li> <li>9. Transakcije</li> <li>10. Sigurnost baza podataka</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	<p>Način izvođenja predavanja:</p> <p>a) Ex katedra.....50%</p> <p>b) Diskusija.....40%</p> <p>c) Gost predavač.....10%</p> <p>-----</p> <p>Ukupno: 100%</p>	<p>Način izvođenja vježbi:</p> <p>a) Obrada slučaja – grupno.....40%</p> <p>b) Obrada slučaja – individualno.....40%</p> <p>c) Diskusija– prezentacija.....20%</p> <p>-----</p> <p>Ukupno: 100%</p>	

Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,0	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	2,5	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit		Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit	2,5	Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu						
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	Kulašin Dž., Zajmović M. (2016): „Osnove informacijske sigurnosti“, Univerzitet u Travniku, Fakultet za poslovnu ekonomiju		2			
	Lazarević B., Marjanović Z., Aničić D., Babarogić S. (2012): Baze podataka, FON, Beograd					
Dopunska literatura	1. Ben-Gan I., Sarka D., Talmage R. (2012): Querying Microsoft SQL Server 2012, Training Kit, Microsoft Press 2. Veinović, M., Šimić, G., Jevremović, A., Franc, I. (2013): Baze podataka, Univerzitet Singidunum, Beograd,					
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment inovacija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E085	<b>Godina studija</b>			IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Jamila Jaganjac	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			7	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Sticanje znanja iz oblasti upravljanja procesima inovacija i razvoj koncepta od ideje do realizacije primjenom različitih modela.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	poznavanje principa poduzetništva					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	Razumijevanje vrsta inovacije; sposobnost prepoznavanja glavnih faktora utjecaja na razvoj kompanije; razumijevanje uloge upravljanja znanjem za poticanje inovacija; razumijevanje i prepoznavanje tehnološkog kapaciteta i inovacijskog sistema kompanije; samostalna procjena komercijalnog potencijala inovacije; sposobnost vrednovanja i izbora inovativnih ideja; identifikacija efekata inovacija na poslovanje kompanije; analitička procjena inovacijskog procesa					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pojam inovacije</li> <li>2. Glavni faktori razvoja kompanije</li> <li>3. Istraživanje i razvoj kao preduslov za inovacije</li> <li>4. Sistemi podsticanja inovacija i upravljanje znanjem</li> <li>5. Organizacioni mehanizmi za inovacije</li> <li>6. Inovacijski proces</li> <li>7. Efekti inovacija na poslovanje kompanije</li> <li>8. Tehnološka strategija i konkurentnost kompanije</li> <li>9. Kriteriji vrednovanja i izbor ideja</li> <li>10. Inovacije poslovnih modela</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Pismeni ispit</b>	1,6	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohadanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Galović, T. Uvod u inovativnost poduzeća, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2016		uisbax			
<b>Dopunska literatura</b>	Srća, V. Sve tajne kreativnosti-kako upravljati inovacijama i postići uspjeh, Algoritam, Zagreb, 2017					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovna inteligencija		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.03.I046	<b>Godina studija</b>	IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc.Ibrahim Obhodaš	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	8
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj je ovog predmeta upoznati sa sistemima za podršku poslovnom odlučivanju. Predmet proučavanja su skladišta podataka, metode oblikovanja (dimenzijski model), integracija podataka (ETL) i OLAP sistemi.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>			
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Modeliranje poslovnih procesa. Mjerenje i analiza performansi poslovnih procesa. Implementacija unapređenja poslovnih procesa. Razumijevanje uloge i potencijala za korištenje upravljanja procesima u poslovanju. Upravljanje promjenama u procesima. Razumijevanje različitih pristupa modeliranju i unapređenju poslovnih procesa. Korištenje osnovnih alata za modeliranje procesa. Simuliranje jednostavnih poslovnih procesa i korištenje rezultata simulacije za analiziranje performansi procesa.</p> <p>Student će nakon polaganja ovog predmeta moći: 1. Oblikovati poslovni proces kroz procesni dijagram 2. Kritički prosuđivati performanse poslovnih procesa 3. Preurediti poslovni proces u slučaju novih poslovnih zahtjeva 4. Ocijeniti koji poslovni proces u organizaciji je moguće unaprijediti korištenjem upravljanja procesima 5. Vrijednovati rezultate simuliranja izvođenja poslovnih procesa 6. Povezati različite servise unutar organizacije s oblikovanim poslovnim procesom 7. Rasporediti razine detalja poslovnog procesa po aktivnostima i podprocesima unutar procesnog dijagrama 8. Instaliranje, konfiguriranje i korištenje jBPM sistema Navedeni ishodi učenja doprinose ishodima učenja studijskog programa: Ustanoviti vezu između inženjerskih aktivnosti, dizajna, proizvodnje, marketinga i potreba korisnika proizvoda i usluga Modelirati i upravljati procesima u informacijskim sistemima Planirati uvođenje informacijskih sistema za podršku poslovnog odlučivanja</p>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razraden prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod u poslovnu inteligenciju i skladišta podataka. Definicije osnovnih pojmova</li> <li>2. Uvod u dimenzijsko modeliranje</li> <li>3. Pristupi izgradnji skladišta podataka. Dimenzijsko modeliranje (konformirane dimenzije, različite uloge)</li> <li>4. Dimenzijsko modeliranje (surogatni ključevi, indeksi, NULL vrijednosti)</li> <li>5. Izazovi u upravljanju poslovnim procesima</li> <li>6. Načini upravljanja procesima u poslovanju i njihovom unapređenju</li> <li>7. Razumijevanje organizacijskih procesa (definicija i klasifikacija procesa, identifikacija ključnih procesa, te modeliranje i dokumentiranje procesa)</li> <li>8. Mjerenje performansi procesa i benchmarking</li> <li>9. Principi i smjernice za unapređenje procesa, te upravljanje promjenama u procesima</li> <li>10. Izgradnja GUI klijenta za zvjezdasti spoj. Dimenzijsko modeliranje (tipovi dimenzija).</li> <li>11. Programaska podrška za modeliranje i unapređenje procesa</li> <li>12. Alati za simulaciju izvođenja poslovnih procesa</li> <li>13. Kreiranje i izvođenje instanci poslovnih procesa</li> <li>14. Modeliranje podataka i ekrana aktivnosti poslovnih procesa</li> <li>15. Kreiranje podprocesa</li> <li>16. Stvarnovremenska skladišta podataka, OLAP.</li> <li>17. ETL</li> <li>18. Sigurnost, metapodaci, dozvole, kvaliteta podataka.</li> <li>19. Integracija poslovnih procesa s komponentama programskog jezika Java</li> </ol>		

<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postotcima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,2	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Usmena prezentacija</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,4	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,4	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova Prisustvo vježbama 5 bodova Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova Usmena prezentacija 10 bodova 3. Kolokvij 30 bodova <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova UKUPNO 100 bodova					
	b) Visina ocjene prema broju osvojenih bodova					
	Ocjena	Broj bodova				
	5	0-54				
	6	55-64				
	7	65-74				
	8	75-84				
	9	85-94				
	10	95-100				
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	1. Ralph Kimball, Margy Ross (2002.), The Data Warehouse Toolkit: The Complete Guide to Dimensional Modeling, 2. Joe Caserta, Ralph Kimball (2004.), The Data Warehouse Etl Toolkit, Wiley 3. Christopher Adamson (2010.), Star Schema The Complete Reference, McGraw Hill					
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Ponašanje potrošača					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E035	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Marko Šantić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7			
<b>Saradnici</b>	-					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Osnovni cilj kolegija je pružiti studentima korisne teorijske spoznaje o ponašanju potrošača, te ukazati na važnost razumijevanja i primjene istih u praksi. Ponašanje potrošača dio je ljudskog ponašanja i kao takvo izrazito je složeno, dinamično i interesantno područje znanstvenih istraživanja. Razumijevanje ponašanja potrošača, zašto i kako kupuju, te koriste i odlažu proizvode, marketinškim je stručnjacima od ključne važnosti, kako bi mogli kreirati marketinšku strategiju i kako bi mogli ostvariti konkurentsku prednost.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Osnovno znanje vezano za poznavanje ponašanja potrošača; vladanje marketinškim planovima: vještine vezane za istraživanje potrošača; vještine vezane za segmentiranje tržišta; razumijevanje ponašanja potrošača i uticaj na donošenje odluka potrošača; razumijevanje motivacije; razumijevanje percepcije; poznavanje društvenih klasa i kultura; razumijevanje poslijekupovnog ponašanja potrošača; osnovna znanja o ponašanju potrošača u kupovini;					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. PONAŠANJE POTROŠAČA I MARKETING (3 časa) 2. MOTIVI I MOTIVACIJA (3 časa) 3. PERCEPCIJA (3 časa) 4. LIČNOST KAO FAKTOR PONAŠANJA POTROŠAČA (3 časa) 5. UČENJE KAO FAKTOR PONAŠANJA POTROŠAČA (3 časa) 6. STAVOVI (3 časa) 7. PORODICA I DRUŠTVENE KLASE (3 časa) 8. KULTURA I SUBKULTURA (3 časa) 9. KUPOVINA I POSLIJEKUPOVNO PONAŠANJE (3 časa) 10. PROCES ODLUČIVANJA U KUPOVINI (3 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,7	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2,1	<b>Ostalo (Studij slučaja)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima.....5 %																								
	2. Prisustvo na vježbama.....5 %																								
	3. Seminarski rad (pismeni dio).....15 %																								
	4. Seminarski rad (usmena prezentacija).....15%																								
	5. Kolokvij.....30 %																								
	6. Ispit (usmeni ili pismeni) .....30 %																								
	UKUPNO..... 100 %																								
	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova:																								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0-54</td> <td>Nedovoljan, 5 FX</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55-64</td> <td>Dovoljan, 6 E</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65-74</td> <td>Zadovoljava, 7 D</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75-84</td> <td>Dobar, 8C</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85-94</td> <td>Vrlodobar, 9B</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95-100</td> <td>Izvrstan, 10A</td> </tr> </tbody> </table>				Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena	5	0-54	Nedovoljan, 5 FX	6	55-64	Dovoljan, 6 E	7	65-74	Zadovoljava, 7 D	8	75-84	Dobar, 8C	9	85-94	Vrlodobar, 9B	10	95-100	Izvrstan, 10A
	Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena																						
5	0-54	Nedovoljan, 5 FX																							
6	55-64	Dovoljan, 6 E																							
7	65-74	Zadovoljava, 7 D																							
8	75-84	Dobar, 8C																							
9	85-94	Vrlodobar, 9B																							
10	95-100	Izvrstan, 10A																							
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>																					
	Čičić, M. i dr. "PONAŠANJE POTROŠAČA", Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2009	16																							
<b>Dopunska literatura</b>	1. Kesić, T., „ PONAŠANJE POTROŠAČA“, Opinio, Zagreb, 2006. 2. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M.K., Pavičić, J. „PONAŠANJE POTROŠAČA; EUROPSKA SLIKA“ 4. Izdanje, Mate naklada, Zagreb, 2010 3. Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., „PONAŠANJE POTROŠAČA“ Mate naklada, Zagreb, 2004																								
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>																									

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje odnosima sa kupcima					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E086	<b>Godina studija</b>		IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		7		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima teorijske spoznaje o usklađivanju poslovnih praksi i strategija kojima se kompanije i organizacije koriste u svrhu upravljanja i analize odnosa/interakcije i podataka kupaca s ciljem poboljšavanja odnosa s kupcima i zadržavanja postojećih kupaca, kao i rasta prodaje.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Poznavanje sustava CRM, značaj CRM u poslovanju, procesi planiranja CRM, formiranje baza kupaca, metodologija praćenja iskustava kupaca, identifikacija vrijednosti za kupca, kako upravljati odnosima sa stakeholderima, vrednovanje odnosa sa dobavljačima i investitorima, proces digitalizacije CRM					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U CRM (UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KUPCIMA) (3 sata)</li> <li>2. PLANIRANJE I IMPLEMENTACIJA CRM-A (4 sata)</li> <li>3. RAZVOJ I UPRAVLJANJE BAZAMA KUPACA (4 sata)</li> <li>4. UPRAVLJANJE PORTFOLIOM VRIJEDNOSTI ZA KOMPANIJU I KUPCA (3 sata)</li> <li>5. CRM I ISKUSTVO KUPACA (4 sata)</li> <li>6. KREIRANJE VRIJEDNOSTI ZA KUPCA (3 sata)</li> <li>7. RETENCIJA I RAZVOJ KUPACA (3 sata)</li> <li>8. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA DOBAVLJAČIMA (3 sata)</li> <li>9. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA INVESTITORIMA (3 sata)</li> <li>10. PRIMJENA IT TEHNOLOGIJA U CRM (3 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	1,05	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1,05	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Buttle, F. " Customer Relationship Management; Concepts and Tehnologies", Second Edition, Elsevier Ltd,Oxford, 2009.			
<b>Dopunska literatura</b>	Payne, A., „ Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management“, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2005. Softić, L., „Osnove upravljanja odnosima sa kupcima“, SoftConsulting s.p. Tuzla, 2014. Mueller, J., Srića, V., „Upravljanje odnosom s klijentima: Primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti“, Delfin – razvoj menadžmenta d.o.o., Zagreb, 2005.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Marketing usluga					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E087	<b>Godina studija</b>	IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	7			
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studenata sa osnovama i principima marketinga u sektoru usluga, putem analize specifičnosti uslužnog sektora, tržišnih karakteristika usluga i obrade konkretnih slučajeva vezanih za uslužni marketing..					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Znanje o marketingu usluga, njegovim specifičnostima u odnosu na marketing proizvoda, strategijama i aktivnostima koje se mogu primjenjivati u uslužnim djelatnostima, kako poboljšati kvalitetu usluga, vještine vezane za upravljanje marketing miksom usluga, izradi i realizaciji marketiških strategija u sektoru usluga, zadaci uslužnog menadžmenta, specifičnosti tržišta usluga, kako se postiže izvrsnost usluga, kako se mjeri kvalitet usluga, odnosi fizičkih proizvoda i usluga.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	PRIRODA USLUGA (2 sata) USLUŽNI MENADŽMENT (3 sata) ORGANIZACIJA TRŽIŠTA USLUGA (3 sata) DEFINIRANJE USLUŽNE MARKETIŠKE STRATEGIJE (4 sata) DIZAJNIRANJE I PONAŠANJE USLUŽNIH ORGANIZACIJA (3 sata) UPRAVLJANJE KVALITETOM USLUGA (4 sata) UPRAVLJANJE USLUGAMA ZA PODRŠKU PROIZVODA (4 sata) MARKETING AKTIVNOSTI (4 sata) POSTIZANJE IZVRSNOSTI U MARKETINGU USLUGA (4 sata) NOVOSTI IZ USLUŽNE INDUSTRIJE (2 sata)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class	Konsultacije				
	Online					
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,05	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,1	<b>Usmeni ispit</b>	1,05	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,05	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %  <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Stojanović, S. V., „Marketing usluga, drugo izdanje, Evropski defendologija centar za naučna, politička, ekonomska, socijalna, bezbjednosna, sociološka i kriminološka istraživanja, Udruženje nastavnika i saradnika Univerziteta u Banjoj Luci, Banja Luka, 2018.			
<b>Dopunska literatura</b>	Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M. „Upravljanje marketingom“ 14.izdanje, poglavlje 13. Oblikovanje usluga i upravljanje njima, Mate, Neum, 2014.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Kanali marketinga					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E088	<b>Godina studija</b>		IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		8		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studenata sa kanalima marketinga kao raznovrsnom koalicijom poslovnih firmi koje se udružuju radi ostvarivanja ciljeva prodaje. Predmet proučava smjer kojim se proizvod kreće od proizvođača do krajnjeg potrošača, strukturu, učesnike, procese i mjerenje efikasnosti istih.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Identifikacija značaja kanala marketinga i distribucije u ukupnom marketingu, faktori koji opredjeljuju izgradnju adekvatnih kanala, načini upravljanja istim, izbor optimalnog kanala, kako se planiraju i vode kanali, načini mjerenja efikasnosti kanala, opcije strateških povezivanja u kanalima, funkcioniranje prodaje na veliko kao i prodaje na malo, specifičnosti i karakteristike elektronske trgovine, modeli elektronske trgovine					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	POJAM, ZNAČAJ I FUNKCIJE KANALA MARKETINGA (3 sata) UČESNICI KANALA MARKETINGA (3 sata) STRUKTURA I VRSTE KANALA MARKETINGA (3 sata) PLANIRANJE KANALA MARKETINGA (4 sata) VOĐENJE KANALA MARKETINGA (4 sata) ANALIZA I KONTROLA KANALA MARKETINGA (4 sata) INTEGRACIJE I PARTNERSTVA U KANALIMA MARKETINGA (4 sata) ORGANIZACIJA I FUNKCIONIRANJE TRGOVINE NA VELIKO (3 sata) ORGANIZACIJA I FUNKCIONIRANJE TRGOVINE NA MALO (3 sata) MODELI I INSTITUCIJE ELEKTRONSKE TRGOVINE (5 sati)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1,2	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	2	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	2,4	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	2,4	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %  <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Lovreta, S., Končar, J., Petković, G., „Kanali marketinga“, peto dopunjeno izdanje, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Centar za izdavačku delatnost, Beograd, 2013.			
<b>Dopunska literatura</b>	Bijakšić Martinović, S., Jelčić, S., „Distribucija i prodaja u suvremenom marketinškom okruženju“, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2009.  Pelton, L.E., Strutton, D., Lumpkin, J.R., „Marketing Channels; A Relationship Management Approach“, drugo izdanje, McGraw-Hill, 2002.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Digitalni mediji					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.02.I033	<b>Godina studija</b>			III/IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Pavle Brzaković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			5	
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Dinka Šakić					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Stjecanje znanja i vještina radi korištenja alata i multimedijских tehnologija pri izradi digitalnih medija.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>						
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Sposobnost znanja i vještina korištenja alata i multimedijalnih tehnologija pri izradi digitalnih medija. Rad sa programskim alatima za obradu teksta, zvuka, slike, grafike i videa					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Definicije. Područja primjene 2. Tehnologije. Platforme. Periferije. Interfejsi. Uređaji za memorisanje i skladištenje 3. Gradivni blokovi digitalnih medija. Authoring alati 4. Standardi digitalnih medija 5. Tekst i tipografija 6. Grafika 7. Zvuk 8. Slika 9. Animacija 10. Video					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0.5	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>	0.5
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo</b>	
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	1.5	<b>Usmeni ispit</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	1.5	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjnjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>					
	1. Pohađanje nastave:					
	Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 %					
	Prisustvo vježbama 10 bodova.....10 %					
	Kontinuirani rad/Interaktivnost 0 bodova.....0 %					
	2. Seminarski					
	Pismeni dio 10 bodova.....10 %					
	Usmena prezentacija 10 bodova..... 10%					
	3. Kolokvij 30 bodova.....30 %					
	<b>Ispit</b>					
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %					
	UKUPNO.....100 %					
	<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>	
		D. Starčević sa saradnicima, Multimedijalni informacioni sistemi FON, Beograd 2007.				
		R. Steinmetz, K. Nahrstedt Media Coding and Content Processing Springer Verlag 2002.				
R. Steinmetz, K. Nahrstedt Multimedia Application Springer Verlag 2004.						
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poduzetništvo u e-biznisu					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E055	<b>Godina studija</b>			III/IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Velimir Jukić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			5	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je objasniti koncepciju e-poslovanja sa stanovišta poboljšanja konkurentnosti kompanije i širenja tržišta korištenjem informaciono-komunikacione tehnologije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih principa poduzetništva					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta</b>	Poznavanje značaja e-poslovanja sa stanovišta komunikacije, poslovne perspektive i usluga; poznavanje učesnika i modela e-poslovanja i njihovih karakteristika; poznavanje okruženja e-poslovanja; poznavanje principa i pojmova internet marketinga, značaj društvenih mreža; poznavanje i primjena ERP sistema; poznavanje upravljanja lancem snadbijevanja; poznavanje i primjena CRM-a za prikupljanje, integriranje i analizu informacija o kupcima; poznavanje procedure i alata istraživanja tržišta online putem; poznavanje dimezija sigurnosti u elektronskom poslovanju					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. Pojam elektronskog poslovanja 2 sata 2. Modeli e-poslovanja 4 sata 3. Infrastruktura poslovanja e-okruženja 3 sata 4. Planiranje resursa poduzeća 3 sata 5. Upravljanje lancima snadbijevanja 3 sata 6. Upravljanje odnosima s kupcima 3 sata 7. Marketing, prodaja, komunikacija 3 sata 8. Istraživanje tržišta putem interneta 3 sata 9. Upravljanje sadržajem internet stranica 3 sata 10. Upravljanje rizikom, sigurnost podataka 3 sata					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	Panian, Z. (2003). Odnosi s klijentima u e-poslovanju. Sinergija. Zagreb	10				
<b>Dopunska literatura</b>	Milosavljević, M., Mišković, V. (2016). Elektronska trgovina. Univerzitet Singidunum. Beograd (iusbax)					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Marketing neprofitnih organizacija					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E054	<b>Godina studija</b>	III/IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Darijo Jerković	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5			
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Andrea Furundžija					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je stjecanje specifičnih teorijskih i aplikativnih znanja o neprofitnom marketingu i marketing procesu u području neprofitnih djelatnosti, odnosno o njegovoj primjeni u neprofitnim organizacijama.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje marketinga, marketing planiranja, marketing procesa i marketing aktivnosti.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon predavanja, vježbi, izrade seminarskog rada i položenog ispita, studenti će:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Imati jasniju spoznaju o marketingu i njegovoj ulozi u društvu;</li> <li>- Steći potrebna teorijska i praktična znanja o neprofitnim organizacijama;</li> <li>- Ovladati načinima planiranja neprofitnog marketinga;</li> <li>- Upoznati se sa marketing informacionim sistemom u neprofitnom marketingu;</li> <li>- Znati uraditi segmentaciju tržišta u neprofitnom marketingu;</li> <li>- Osposobiti se izraditi marketing strategiju neprofitnih organizacija;</li> <li>- Usavršiti primjenu instrumentarija neprofitnog marketinga-marketing miks;</li> <li>- Spoznati kompleksnost organizacije neprofitnog marketinga;</li> <li>- Shvatiti važnost kontrole neprofitnog marketinga i njene primjene;</li> <li>- Identificirati područja primjene neprofitnog marketinga.</li> </ul>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razraden prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing i društvo 2 sata</li> <li>2. Neprofitne organizacije 3 sata</li> <li>3. Planiranje neprofitnog marketinga 3 sata</li> <li>4. Marketing informacioni sistem u neprofitnom marketingu 3 sata</li> <li>5. Segmentacija tržišta u neprofitnom marketingu 3 sata</li> <li>6. Marketing strategija neprofitnih organizacija 4 sata</li> <li>7. Instrumentarij neprofitnog marketinga-marketing miks 3 sata</li> <li>8. Organizacija neprofitnog marketinga 3 sata</li> <li>9. Kontrola neprofitnog marketinga 3 sata</li> <li>10. Područja primjene neprofitnog marketinga 3 sata</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohadanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	0,75	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 %			
	2. Seminarski			
	Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10%			
	3. Kolokvij 30 bodova.....30 %			
	<b>Ispit</b>			
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %			
	UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Meler, M.: <b>Neprofitni marketing</b> , Ekonomski fakultet Osijek, 2003.	3		
<b>Dopunska literatura</b>	1. Kotler, Ph., Lee, N.: <b>Marketing u javnom sektoru, put do bolje izvedbe</b> , Mate, Zagreb, 2007. 2. Alfirević, N., i drugi: <b>Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija</b> , Školska knjiga Zagreb i Institut za inovacije, Zagreb, 2013. 3. Fehrić, F., Čamdžija, K.: <b>Marketing u lokalnoj samoupravi, model uspješnosti lokalnog ekonomskog razvoja</b> , OFF-SET, Tuzla, 2016.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Menadžment poslovnih informacionih sistema		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.01.I026	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc.Sanel Jakupović	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>	Mr. Altijana Azarević, dipl.ing., prof.		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznati studente sa osnovnom strukturom, funkcionisanjem i koncepcijom savremenih informacionih sistema. Studenti će savladati funkcionisanje, tehniku i metodologiju poslovnih informacija.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih pojmova iz oblasti informaciono komunikacionih tehnologija, pojam Interneta, pojam računarskih mreža, kao i osnovnih pojmova poslovne ekonomije, menadžmenta, pojam preduzeća i osnovnih funkcija preduzeća.		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Savladavanjem gradiva student će biti u stanju da aktivno učestvuje u procesima upravljanja informacionim sistema  Studenti će biti u mogućnosti da prepoznaju osnovne karakteristike poslovnih IS-a, kao i korištenje poslovnih IS-a, a takođe i metodologije, metode i tehnike implementacije upravljanje ERP-projektima.		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razraden prema satnici nastave:</b>	1. INFORMACIONI SISTEMI POSLOVNIH PROCESA 2. POSLOVNI INFORMACIONI SISTEMI 3. NOVI KONCEPTI INFORMACIONIH SISTEMA 4. SISTEMI PODRŠKE ODLUČIVANJU 5. METODOLOGIJA RAZVOJA INFORMACIONIH SISTEMA 6. ANALIZA, DIZAJN, IMPLEMENTACIJA I ODRŽAVANJE INFORMACIONIH SISTEMA 7. METODE, TEHNIKE I SREDSTVA RADA 8. UPRAVLJAČKI INFORMACIONI SISTEMI I TELEKOMUNIKACIONA TEHNOLOGIJA 9. UPRAVLJAČKI ODNOS PREMA INFORMACIONIM SISTEMIMA 10. UPRAVLJAČKI INFORMACIONI SISTEMI I FUNKCIJE MENADŽMENTA		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije	
<b>Obaveze studenta</b>			

Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski rad Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. ZLATKO LAGUMDŽIJA "MENADŽMENT INFORMACIONIH SISTEMA" EKONOMSKI FAKULTET U SARAJEVU, SARAJEVO, 2008. god.	1				
	2. BRANKO LATINOVIĆ „INFORMACIONI SISTEMI“, APEIRON BANJA LUKA, 2006. god	13/12				
	3. LAUDON K.C., LAUDON J.P. "MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS: MANAGING THE DIGITAL FIRM, PEARSON, 16th ed. 2019.	0				
Dopunska literatura						
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovna etika		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.05.E047	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Merima Aljić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Lejla Tatarević Ščetić		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Razvoj sposobnosti kritičke analize i odgovora na etičke izazove s kojima se zaposlenici, menadžeri ili poduzetnici susreću u poslovnom svijetu. Savladavanje etičke dimenzije poslovnog odlučivanja kao i o uloge morala u svijetu poslovnih odnosa te upoznavanje s glavnim etičkim teorijama i mogućnošću njihove primjene na rješavanje moralno dvojbenih i konfliktnih situacija u poslovnom okruženju.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Usvojiti pojam, načela i vrijednosti poslovne etike</li> <li>- Definirati sukob interesa i utvrditi oblike neetičnog ponašanja uzrokovanog sukobom interesa</li> <li>- Kritički argumentirati primjenu poslovne etike u organizacijama</li> <li>- Upoznati se sa međunarodnom poslovnom etikom i etičkim principima</li> <li>- Primjeniti etičko odlučivanje u poslovanju</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U ETIKU (2,5 sata)</li> <li>2. ORGANIZACIONA KULTURA KAO PRETPOSTAVKA RAZVOJA POSLOVNE ETIKE (2,5 sata)</li> <li>3. POSLOVNA ETIKA KAO DIO ETIKE (3,5 sata)</li> <li>4. ETIČKI ASPEKTI ODLUČIVANJA(3 sata)</li> <li>5. KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST (4 sata)</li> <li>6. INSTITUCIONALIZACIJA KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI (3 sata)</li> <li>7. DRUŠTVENA ODGOVORNOST U MARKETINGU I ODNOSIMA S JAVNOŠĆU (3 sata)</li> <li>8. DRUŠTVENA ODGOVORNOST I ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE (3 sata)</li> <li>9. ETIČKI ASPEKTI LIDERSTVA (3 sata)</li> <li>10. INTERNACIONALIZACIJA POSLOVANJA I MEĐUNARODNA POSLOVNA ETIKA (2,5 sata)</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije	
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> </ol>		

3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Milovan Vuković, Danijela Voza i Aleksandra Vuković. Poslovna etika. Univerzitet u Beogradu, 2020	IUSBAX				
Dopunska literatura	1. Milan I. Miljević, Poslovna etika i komuniciranje, Singidunum, Beograd, 2010 2. Borna Bebek i Antun Kolumbić, Poslovna etika, Zagreb: Sinergija,2000. 3. Drago Cvijanović, Branko Mihailović i Radovan Pejanović. Poslovna etika i komuniciranje, 2012					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Liderstvo		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.01.E048	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Krajnji cilj je stjecanja osnovnih znanja iz oblasti liderstva. Ovaj predmet je dizajniran da pruži studentima sveobuhvatno razumijevanje liderstva kao fenomena i njegovog utjecaja na organizacijsko ponašanje pojedinaca. Biti će analizirane glavne teorije liderstva kao njegove integriranosti u različite unutarnje i vanjske organizacijske čimbenike.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon završenog predmeta student će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prepoznati temeljne teorijske i aplikativne probleme liderstva u suvremenim organizacijama</li> <li>- Znati osnovne vještine suvremenog lidera i njihovu primjenu u poslovnoj praksi</li> <li>- Znati osnovne tehnike upravljanja emocijama</li> <li>- Prepoznati proces adekvatnog stila vođenja u poduzeću</li> <li>- Objasniti pitanje spola u liderstvu</li> <li>- Analizirati moć, kulturu i etiku</li> <li>- Organizirati i uspješno voditi timski način rada</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U LIDERSTVO (3 sata)</li> <li>2. TEORIJA „VELIKOG ČOVJEKA“ (3 sata)</li> <li>3. TRAIT PRISTUP LIDERSTVU (3 sata)</li> <li>4. BIHEJVIOALNE TEORIJE LIDERSTVA (3 sata)</li> <li>5. PARTICIPATIVNO LIDERSTVO (3 sata)</li> <li>6. KONTIGENCIJSKE TEORIJE LIDERSTVA (3 sata)</li> <li>7. TRANSAKCIJSKO I TRANSFORMACIJSKO LIDERSTVO (3 sata)</li> <li>8. PITANJE SPOLA U LIDERSTVU (3 sata)</li> <li>9. MOĆ, KULTURA, ETIKA I LIDERSTVO (3 sata)</li> <li>10. EMOCIONALNA INTELIGENCIJA I LIDERSTVO (3 sata)</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije	
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama</li> </ol>		

Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Jaganjac, J., Lukić Nikolić, J. (2023). Organizaciono ponašanje i liderstvo: Izazovi digitalnog doba. Sveučilište/Univerzitet "Vitez" Travnik					
Dopunska literatura	7. Northouze, P. G., Liderstvo – teorija i praksa, Beograd: Data status, 2008. 8. Šehić, Dž. & Penava, S.; Leadership, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2007. 9. Bittel, L. R., Liderstvo – stilovi i tehnike upravljanja, Beograd: Clio, Beograd, 1997.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Planiranje i analiza kvalitete		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E050	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Merima Aljić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>	Nema		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj j predmeta je prenijeti studentima percepciju važnosti kvaliteta i njegov uticaj na proizvod/uslugu, kao i na ekonomsku refleksiju poslovanja. Osposobiti student za stručno i kvalitetno razumijevanje teorijske i praktične spoznaje utjecaja planiranja i analize kvalitete proizvoda /usluge od njegovog razvoja do njegove upotrebe		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih teorijskih postavki funkcioniranja preduzeća u kontekstu proizvodnje proizvoda ili pak davanja usluga.		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vladati teorijskim značajkama kvaliteta, bitnim faktorom u postizanju tržišno prepoznatljivog proizvoda/usluge.</li> <li>-Na osnovnu historijskog puta razvoja kvaliteta, doprinijeti razumijevanju važnosti istog.</li> <li>-Analizirati i kritički vrednovati vlastite resurse</li> <li>- Na osnovu analize vlastitih resursa postaviti vlastite ciljeve za poboljšanje kvalitete</li> <li>- Spoznati da nekvaliteta predstavlja trošak</li> <li>-Generirati osnovne elemente i pretvoriti ih u strateške pravce za postizanje kvalitete</li> <li>-Biti sposoban uviđanja utjecaja troškova na kvalitet proizvoda-usluga</li> <li>-Biti sposoban istražiti konkurentsko tržište sa ciljem poboljšanja vlastite kvalitete</li> <li>-Shvatiti važnost dobavljača, kao dio strateškog opredjeljenja za kvalitet</li> <li>-Shvatiti i prepoznati zahtjeve kupca,u cilju postizanja njihovog zadovoljstva kupljenim proizvodom/uslugom.</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. POJMOVNO DEFINIRANJE I ZNAČAJ KVALITETE 2 sata</li> <li>2. PROCJENJIVANJE KVALITETE NA NIVOU PODUZEĆA 3 sata</li> <li>3. POBOLJŠANJE KVALITETE I SMANJENJE TROŠKOVA3 sata</li> <li>4. PLANIRANJE KVALITETE I PRIHOD OD PRODAJE 3 sata</li> <li>5. KONTROLA KVALITETE ISTRATEŠKO UPRAVLJANJE KVALITETOM 3 sata</li> <li>6. PLANIRANJE, IZGRADNJA I IMPLEMENTACIJA KULTURE KVALITETE 3 sata</li> <li>7. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA O KVALITETI 3 sata</li> <li>8. UTJECAJ KVALITETE NA KONKURENTSKU PREDNOST 4 sata</li> <li>9. MJERENJE KVALITETE U ODNOSIMA S DOBAVLJAČIMA3 sata</li> <li>10. KUPČEVO SHVATANJE KVALITETE I PREDODŽBA KVALITETE U FUNKCIJI MARKETINGA3 sata</li> </ol>		

<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>		<b>Praktičan rad</b>	
	<b>Ekperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo</b>	
	<b>Esej</b>		<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0,75	<b>Ostalo (upisati)</b>	
	<b>Pismeni ispit</b>	0,75	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO</b> .....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Gryna F.,Juran J. Planiranje i analiza kvalitete Mate, 2002., Zagreb					
	Skoko, D. H. (2000). Upravljanje kvalitetom. Sinergija.					
<b>Dopunska literatura</b>	Božanić, V., & Jovanović, B. (2010). Upravljanje kvalitetom materijalnih resursa. Beograd: Fakultet organizacionih nauka.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Strateški menadžment u turizmu		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E052	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Merima Aljić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Samer Dolovac		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj je predmeta je objasniti studentima proces strateškog menadžmenta u turizmu s naglaskom na turizam , osnovne teorijske značajke turizma kako bi u savladavanju strateške pripreme, evaluacije, savladali procese strateškog menadžmenta u turizmu. Pored osnovnih koraka u procesu strateškog menadžmenta (analiza okoline, definiranje strateškog usmjerenja, formuliranje i implementacija strategije, strateška kontrola) pojasnit će se mjesto i uloga strateškog menadžmenta i nivoi donosilaca odluka, au svrhu osposobljavanja studenata za formuliranje vlastitih primjera strategija i strateških planova razvoja u turizmu.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih teorijskih postavki u turizmu, poznavanje važnosti uticaja vanjskog i unutarnjeg okruženja na poslovne procese.		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vladati teorijskim značajkama turizma, bitnim faktorom u kreiranju strateškog plana</li> <li>- Objasniti proces i povezanost elemenata strateškog menadžmenta</li> <li>-Analizirati i kritički vrjednovati unutarnju i vanjsku okolinu na turističkom tržištu</li> <li>- Upoznati različite strategije</li> <li>- Naučiti primjeniti SWOT I PEST analizu na turističku destinaciju</li> <li>-Generirati osnovne elemente strateškog usmjerenja turističke destinacije</li> <li>-Analizirati strateške opcije i kritički komentirati odabranu strategiju</li> <li>-Objasniti načine implementacije odabrane strategije</li> <li>-Odabrati način vrstu strateške kontrole , te preporučiti optimalnu</li> <li>-Objasniti mjesto i ulogu strateškog menadžmenta u turizmu</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Globalizacijski procesi i turizam 2 sata</li> <li>2. Teorijska polazišta i uloga turizma u privrednom sistemu 3 sata</li> <li>3. Složenost turističkog tržišta 3 sata</li> <li>4. Turistički resursi, inicijalni faktor turističke ponude 3 sata</li> <li>5. Koncept strategijskog upravljanja turističkom destinacijom 3 sata</li> <li>6. Životni ciklus turističke destinacije 3 sata</li> <li>7. Međusobni uticaj turizma i faza životnog ciklusa destinacije 3 sata</li> <li>8. Strateški menadžment i strateško planiranje 4 sata</li> <li>9. Proces strateškog menadžmenta 3 sata</li> <li>10. SWOT, PEST analiza i VRIO okvir 3 sata</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije	

Obaveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0,75	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit	0,75	Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	Čerović,S.(2009). Strategijski menadžment u turizmu, Univerzitet Singidunum. Beograd.			On line Dostupno na: <a href="https://www.researchgate.net/publication/340082091_STRATEGIJSKI_MENADZMENT_U_TURIZMU">https://www.researchgate.net/publication/340082091_STRATEGIJSKI_MENADZMENT_U_TURIZMU</a>		
Dopunska literatura	Moutinho, L (2005) Strateški menadžment u turizmu. Masmedia. Zagreb.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje organizacijskim promjenama		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.02.E089	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc.dr.sc. Tanja Gavrić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5
<b>Saradnici</b>			
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Ciljevi predmeta: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razumijevanje temeljnih koncepta i teorija upravljanja promjenama.</li> <li>• Primjena modela i strategija za efikasno upravljanje promjenama.</li> <li>• Razvijanje vještina za komunikaciju i vođenje promjena u organizacijama.</li> </ul>		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenti će razumjeti teorijske osnove i različite pristupe upravljanju organizacijskim promjenama.</li> <li>• Studenti će biti sposobni identificirati i analizirati faktore koji pokreću promjene unutar organizacija.</li> <li>• Ovladat će tehnikama i alatima za uspješno planiranje, provedbu i evaluaciju promjena.</li> <li>• Razviti će sposobnost efektivnog komuniciranja i vođenja timova kroz procese promjena.</li> <li>• Naučit će kako upravljati otporom prema promjenama te kako poticati angažman i adaptaciju zaposlenika.</li> <li>• Studenti će biti obučeni za mjerenje učinka promjena i njihovog utjecaja na organizaciju.</li> <li>- Studenti će analizirati studije slučaja kako bi produbili razumijevanje i primjenu naučenih koncepta i praksi u realnom svijetu.</li> </ul>		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UVOD U UPRAVLJANJE PROMJENAMA (2 SATA)</li> <li>2. VRSTE PROMJENA: SISTEMATIZACIJA VRSTE PROMJENA (3 SATA)</li> <li>3. TEORIJE I MODELI UPRAVLJANJA PROMJENAMA (2 SATA)</li> <li>4. PREPOZNAVANJE POTREBE ZA PROMJENOM (3 SATA)</li> <li>5. NOSITELJ PROMJENA: PROFIL, ULOGA I ODGOVORNOST MENADŽERA (3 SATA)</li> <li>6. METODE, TEHNIKE I ALATI PROVOĐENJA PROMJENA (4 SATA)</li> <li>7. PLANIRANJE I IMPLEMENTACIJA PROMJENA (3 SATA)</li> <li>8. OTPOR PREMA PROMJENAMA I KAKO GA UPRAVLJATI (3 SATA)</li> <li>9. EVALUACIJA UČINKA PROMJENA (3 SATA)</li> <li>10. STUDIJE SLUČAJA (4 SATA)</li> </ol>		
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije	
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama</li> </ol>		

Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	0,75	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Ekperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	1,25	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	1,5	Usmeni ispit	0	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,5	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Janićijević, N. (2007). Upravljanje organizacionim promjenama. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta..					
	2. Sikavica, P., Novak, M. (1999). Poslovna organizacija. Informator, Zagreb.	1				
	3. Sikavica, P. (2011). Organizacija. Školska knjiga, Zagreb	2				
Dopunska literatura	1. Burnes, B. (2004). Managing Change. Prentice Hall, New York. 2. Collins, E., Devanna, M. (2002). Izazovi menadžmenta u XXI stoljeću. MATE d.o.o., Zagreb. 3. Robbins, S. P., Judge, T. A. (2009). Organizacijsko ponašanje. MATE, Zagreb.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Elektronsko poslovanje		
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski		
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.02.I015	<b>Godina studija</b>	III/IV
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc.Sanel Jakupović	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	6
<b>Saradnici</b>	mr. Altijana Azarević, dipl.ing., prof.		
<b>OPIS PREDMETA</b>			
<b>CILJ PREDMETA</b>	Upoznavanje studenata sa savremenim teorijskim i praktičnim aspektima poslovanja u digitalnom okruženju – elektronskog poslovanja. Studenti će upoznati ulogu i značaj različitih oblika elektronskog poslovanja. Upoznat će se sa osnovnim promjenama u poslovnom procesu i u organizaciji nakon uvođenja elektronskog i mobilnog poslovanja, kao i sa najvažnijim sistemima u elektronskom poslovanju. Osim toga, kao nadogradnja elektronskom poslovanju studenti će se upoznati sa mobilnim aplikacijama i mobilnim poslovanjem.		
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih informatičkih pojmova, pojam Interneta, pojam računarskih mreža, kao i osnovnih pojmova poslovne ekonomije, pojam preduzeća i osnovnih funkcija preduzeća, pojam marketinga, javne uprave..		
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Studenti će ovladati znanjem i tehnikama elektronskog poslovanja. Studenti stiču specifična teorijska i primijenjena znanja iz oblasti elektronskog poslovanja u trgovini, marketingu, bankarstvu, platnom prometu, javnoj upravi, osiguranju i turizmu. Nakon odslušanog predmeta i uspješno položenog ispita studenti će biti u stanju: definisati osnovne pojmove iz područja elektronskog poslovanja, te njegove osnovne tehnološke pretpostavke, objasniti značaj elektronskog poslovanja za organizacije, razumjeti potencijale elektronskog poslovanja i njihovo ispravno iskorištavanje u ekonomiji i društvu, razlikovati različite oblike elektronskog poslovanja, te znati objasniti njihove karakteristike i namjenu u praktičnoj primjeni, uočiti osnovne modele u elektronskom poslovanju, uočiti osnovne modele e-governmenta, prepoznati prednosti e-banking-a, uočiti značaj mobilnog bankarstva, razlikovati načine elektronskog plaćanja kao i sigurnost u oblasti elektronskog poslovanja.		
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	1. UVOD U ELEKTRONSKO POSLOVANJE 2. INFORMACIONI SISTEMI I ELEKTRONSKO POSLOVANJE 3. ELEKTRONSKI POSLOVNI MODELI I KONCEPTI U ELEKTRONSKOM POSLOVANJU 4. TEHNOLOŠKE OSNOVE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA 5. UVOĐENJE ELEKTRONSKOG POSLOVANJA U PREDUZEĆA 6. PLATNI SISTEM U ELEKTRONSKOM POSLOVANJU 7. ORGANIZACIONI MODELI ELEKTRONSKOG POSLOVANJA 8. E-MARKETING 9. E-BANKARSTVO 10. E-PLATNI PROMET 11. E-OSIGURANJE		

	12. E-ODNOSI SA KUPCIMA 13. E-LANCI SNABDJEVANJA 14. ERP, CRM I REZERVACIONI SISTEMI 15. MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE I INTELIGENTNI SISTEMI U ELEKTRONSKOM POSLOVANJU 16. ELEKTRONSKO BANKARSTVO, MOBILNO BANKARSTVO 17. ELEKTRONSKA UPRAVA 18. PROIZVODNI PORTALI 19. SIGURNOST ELEKTRONSKIH POSLOVNIH SISTEMA					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,9	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,8	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,8	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. BRANKO LATINOVIĆ „ELEKTRONSKO POSLOVANJE“, APEIRON BANJA LUKA, 2007. god	30/25				
	ŽELJKO PANIAN "IZAZOVI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA, NARODNE NOVINE, ZAGREB 2003.god..	0				
	ŽELJKO PANIAN, Ž. STRUGAR "PRIMJENA RAČUNALA U POSLOVNOJ PRAKSI", ZAGREB, 2003. god.	10/7				
<b>Dopunska literatura</b>						
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Sistemi za podršku odlučivanju					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	2.09.01.I018	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr.sc. Darjan Karabašević	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			6	
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Razumijevanje procesa odlučivanja u poslovnom okruženju, razumijevanje potrebe za računalnoj podršci sistemu za podršku odlučivanju, načina na koji se donose odluke, osnova metodologije sustava za podršku odlučivanju.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>						
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Razumijevanje današnjeg poslovnog okruženja, vrsta i stilova odlučivanja i optimalne oblikovane informacije, analiziranje rada informacionog sistema, interpretiranje osobina informacionih sistema za podršku odlučivanju, poznavanje alata i tehnologija za razvoj informacionih sistema za podršku odlučivanju, definirati skladište podataka, opisati metodu OLAP, analizirati rezultate anketa AHP metodom, prepoznavanje problema koji se mogu riješiti linearnim programiranjem. Primijeniti statistički paket MS Excel-a (deskriptivna statistika, histogrami, korelacije), primjena Paretovog načela i dijagrama, praktična izrada OLAP kocke, koristiti Pivot tabele u MS Excel-u, primijeniti metodu AHP, Izrada ankete (npr. Lime Survey) i analiza i interpretacija rezultata					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod menadžersko donošenje odluka</li> <li>2. Uvod u DSS</li> <li>3. Skladištenje podataka</li> <li>4. Arhitektura i funkcije DSS-a</li> <li>5. Implementacija DSS-a</li> <li>6. Koncepti za donošenje odluka</li> <li>7. Ekspertni sistemi i DSS</li> <li>8. Metode DSS-a</li> <li>9. Praktični modeli DSS-a</li> <li>10. Kriteriji za ocjenu DSS-a</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online			Konsultacije		
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	1.3	<b>Istraživanje</b>	1.7	<b>Praktičan rad</b>	
	<b>Eksperimentalan rad</b>		<b>Referat</b>		<b>Ostalo</b>	

vrijednosti predmeta):	Esej		Seminarski rad	1	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij	0.4	Usmeni ispit	1.4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit	1.2	Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohadanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	Latinović, B.: „Informacioni sistemi“, Apeiron, Banja Luka, 2006					
	Mišković, V.: Sistemi za podršku odlučivanju, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2016					
	Witten I.H., Frank E., Hall. M.A.: Data Mining: Practical machine Learning Tools and Techniques, 4th Ed, Elsevier Inc, 2016 <a href="http://www.singipedia.com/content/3560-Sistemi-za-podršku-odlučivanju">http://www.singipedia.com/content/3560-Sistemi-za-podršku-odlučivanju</a>					
Dopunska literatura						
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Elektronsko bankarstvo					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.03.E062	<b>Godina studija</b>			III	
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			5	
<b>Saradnici</b>	Nema					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Sticanje znanja i ovladavanja osnovnim metodama i tehnikama elektronskog poslovanja u banakarstvu. Cilj je da se ukaže i na dubinske promjene koje se dešavaju u sferi savremenog bankarstva pod dejstvom internet-tehnologije i elektronskog poslovanja, a manifestuje se paradigmom tzv. nove ekonomije i fenomena bankarske globalizacije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Sistematizacija i analiza pojmova i koncepata elektronskog bankarskog poslovanja pružice studentima potrebna znanja za pokretanje i praktikovanje aktivnosti elektronskog poslovanja u praksi. Ovladati vještinama elektronskog bankarstva (elektronskim plaćanjem, odobravanjem kredita, upravljanja kreditnim portfeljima, te ostalim bankarskim poslovima).					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	NASTANAK I RAZVOJ INTERNETA (3 časa) PRINCIPI RADA INTERNETA (3 časa) ELEKTRONSKO POSLOVANJE (3 časa) ELEKTRONSKO BANKASTVO I ONLINE FINANCIJSKE TRANSAKCIJE (3 časa) ELEKTRONSKI SISTEMI PLAĆANJA (3 časa) ELEKTRONSKO MOBILNO POSLOVANJE (3 časa) OBLICI ZLOUPOTREBE IT U ELEKTRONSKOM BANKARSTVU (3 časa) OBLICI ZAŠTITE OD ZLOUPOTREBE IT U ELEKTRONSKOM BANKARSTVU (3 časa) PERSPEKTIVA ELEKTRONSKOG POSLOVANJA U BANKARSTVU (3 časa) ELEKTRONSKO BANKARSTVO U FUNKCIJI SPREČAVANJA PRANJA NOVCA (PREDNOSTI) (3 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije  Samostalni radni zadaci			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postocima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0																				
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0																				
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0																				
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	1. Prisustvo na predavanjima.....5 % 2. Prisustvo na vježbama.....5 % 3. Seminarski rad pismeni dio.....10 % prezentacija seminarskog rada.....20 % 4. Kolokvij.....30 % 5. <u>Ispit (usmeni ili pismeni)</u> 30 % UKUPNO..... 100 %																									
	Visina ocjene prema broju osvojenih bodova: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0 – 54</td> <td>Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55 – 64</td> <td>Dovoljan</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65 – 74</td> <td>Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75 – 84</td> <td>Dobar</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85 – 94</td> <td>Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95 – 100</td> <td>Izvrstan</td> </tr> </tbody> </table>						Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena	5	0 – 54	Nedovoljan	6	55 – 64	Dovoljan	7	65 – 74	Zadovoljava	8	75 – 84	Dobar	9	85 – 94	Vrlo dobar	10	95 – 100
Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena																								
5	0 – 54	Nedovoljan																								
6	55 – 64	Dovoljan																								
7	65 – 74	Zadovoljava																								
8	75 – 84	Dobar																								
9	85 – 94	Vrlo dobar																								
10	95 – 100	Izvrstan																								
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>																				
	LATINOVIĆ, B.; ELEKTRONSKO POSLOVANJE, BANJA LUKA, 2007.																									
<b>Dopunska literatura</b>	VASKOVIĆ, V.; SISTEMI PLAĆANJA U ELEKTRONSKOM OBLIKU, BEOGRAD, 2007.																									
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>																										

<b>NAZIV PREDMETA</b>	E - uprava					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.02.02.P077	<b>Godina studija</b>			III/IV	
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Doc. dr. sc. Maja Pločo	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>			5	
<b>Saradnici</b>	Nema					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Objasniti i opisati položaj građana u odnosu na e-upravu, sa osvrtom na pravo na pristup informacijama i zaštitu privatnosti, te modalitete razvijanja odnosa uprave i građana, putem informacijskokomunikativne tehnologije; objasniti ulogu e-uprave na lokalnoj razini					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Nakon uspješno savladanog predmeta, student će moći opisati i razlikovati ciljeve i efekte primjene informacijsko-komunikacije tehnologije i tehnološke modernizacije uprave; razumjeti koncept e-uprave. Razumijevanje e-uprave kao funkcionalnog aspekta upravnih reformi.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	11. Pravni okvir e-uprave (3 časa) 12. E-uprava i građani (3 časa) 13. Pravo na pristup informacijama javnog sektora (3 časa) 14. Zaštita privatnosti(3 časa) 15. E-participacija (3 časa) 16. Tehnološki, organizacijski, pravni aspekti e-uprave (3 časa) 17. Komunikacije u javnoj upravi (3 časa) 18. Ciljevi primjene informatičke i komunikacijske tehnologije i tehnološke modernizacije uprave (3 časa) 19. Ograničenja e-uprave (3 časa) 20. E-uprava na lokalnoj razini (3 časa)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije  Samostalni radni zadaci			
<b>Obaveze studenta</b>	Za dobivanje potpisa studenti su obvezni: prisustvovati nastavi prema definiranim postocima navedenih u Pravilima studiranja za I ciklus.					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,5	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,5	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0																					
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0																					
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<p>6. Prisustvo na predavanjima.....5 %</p> <p>7. Prisustvo na vježbama.....5 %</p> <p>8. Seminarski rad pismeni dio.....10 %</p> <p>    prezentacija seminarskog rada.....20 %</p> <p>9. Kolokvij.....30 %</p> <p>10. <u>Završni ispit</u>.....30 %</p> <p>    UKUPNO..... 100 %</p> <p>Visina ocjene prema broju osvojenih bodova:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Ocjena</th> <th>Broj bodova</th> <th>Opisna ocjena</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>0 – 54</td> <td>Nedovoljan</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>55 – 64</td> <td>Dovoljan</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>65 – 74</td> <td>Zadovoljava</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>75 – 84</td> <td>Dobar</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>85 – 94</td> <td>Vrlo dobar</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>95 – 100</td> <td>Izvrstan</td> </tr> </tbody> </table>						Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena	5	0 – 54	Nedovoljan	6	55 – 64	Dovoljan	7	65 – 74	Zadovoljava	8	75 – 84	Dobar	9	85 – 94	Vrlo dobar	10	95 – 100	Izvrstan
Ocjena	Broj bodova	Opisna ocjena																									
5	0 – 54	Nedovoljan																									
6	55 – 64	Dovoljan																									
7	65 – 74	Zadovoljava																									
8	75 – 84	Dobar																									
9	85 – 94	Vrlo dobar																									
10	95 – 100	Izvrstan																									
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>																						
	Koprić I., Musa, A., Giljević, T. (ur.); Građani, javna uprava i lokalna samouprava: povjeravanje, suradnja, potpora; Institut za javnu upravu (2017.), str 525-574;																										
	Musa, A. (ur); Uprava u digitalno doba III.: Transformacijski potencijal e-uprave za veću učinkovitost i odgovornost.; Institut za javnu upravu i Zaklada Friedrich Ebert (2017.), str. 9-29;																										
<b>Dopunska literatura</b>	Musa, A.: E uprava i digitalna podjela, online izdanje (2007), str. 7-12																										
<b>Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)</b>																											

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Poslovna prognostika					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Diplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.06.E007	<b>Godina studija</b>		III/IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof.dr.sc. Ibrahim Obhodaš	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim spoznajama poslovnog prognoziranja, te odlučivanja na temelju primjenjenih metoda, njegovim specifičnostima i donošenju kvalitetnih poslovnih odluka primjenom odgovarajuće metodologije.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Poznavanje osnovnih statističkih i matematičkih funkcija i operacija neophodnih za primjenu istih u prognoziranju, a u cilju poslovnog odlučivanja.					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Student će steći znanje u donošenju poslovnih odluka zasnovanih na kvantitativnim podacima; donošenje odluka u uslovima neizvjesnosti, primjenom odgovarajućih metoda; prognoziranje budućih događaja na osnovu vremenskih nizova; prognoziranje na osnovu više varijabli; donošenje više vezanih odluka na osnovu odgovarajućih metoda; donošenje odluka na osnovu modela u obliku funkcija; primjena informatičkih programa u analizi podataka potrebnih za poslovno odlučivanje; testiranje određenih varijabli u cilju provjere međusobne zavisnosti; mjerenje uticaja nezavisnih varijabli na zavisnu; mjerenje koeficijenta korelacije između dvije varijable.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	TEORIJA PROGNOZIRANJA 3 sata PROGNOZIRANJE U USLOVIMA NEIZVJESNOSTI 2 sata MJERE EFIKASNOSTI PROGNOСТИČKOG SISTEMA 3 sata METODE PREDVIĐANJA NA OSNOVU VREMENSKIH SERIJA 4 sata VIŠEKRITERIJUMSKO PROGNOZIRANJE 4 sata GRUPNO PROGNOZIRANJE 3 sata REGRESIJSKI MODELI I NJIHOVA PRIMJENA U PROGNOZIRANJU 2 sata VJEŠTAČKA INTELIGENCIJA I EKSPERTNI SISTEMI 3 sata KVALITATIVNE I DRUGE METODE PROGNOZIRANJA 3 sata PRIMJENA INFORMACIONIH SISTEMA KAO PODRŠKA PROGNOZIRANJU 3 sata					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online	Konsultacije				
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>		
	Đuro Mikić, „Teorja i strategija odlučivanja“ Kriterijski izbor upravljačkih akcija, Banja Luka 2006.	4				
	Doc.dr Darijo Jerković, Doc.dr Ibrahim Obhođaš, Doc. dr Lordan Iličić, UVOD U TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA, Sveučilište Vitez; Vitez 2019.	150				
	Milutin Čupić, Milija Suknović, „Odlučivanje“ FON, Beograd, 2010.	1				
<b>Dopunska literatura</b>	1. Čižmešija, M. Sorić, P., Statističke metode za poslovno upravljanje, Element. Zagreb 2016. 2. Hanke j.K., Wichern, D.W., Business Forecasting, 9th ETD, Boston, 2008 3. Pero Sikavica, Borna Bebek, Hrvoje Skoko, Darko Tipurić, Poslovno odlučivanje, Informator, Zagreb, 1999.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>						

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Vrednovanje marke					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.05.E056	<b>Godina studija</b>	III/IV			
<b>Nositelj/i predmeta</b>	Prof. dr. sc. Marko Šantić	<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>	5			
<b>Saradnici</b>	Mr.sc. Andrea Furundija					
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Studenti će kroz ovaj predmet ovladati metodama i tehnikama utvrđivanje vrijednosti marke. Studenti će znati utvrditi kako kvantitativnu tako i kvalitativno vrijednost.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	<p>Nakon položenog predmeta studenti će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objasniti pojam i koncept brenda (marke)</li> <li>- Obrazložiti trgovinski znak i vrijednost marke</li> <li>- Definirati trgovinski znak u pravu i računovodstvu, te naučiti vrednovati marku</li> <li>- Obrazložiti značenje pravne zaštite marke</li> <li>- Objasniti karakteristike suvremenog upravljanja markom – brend menadžmenta</li> <li>- Analizirati stečena teorijska i praktična znanja u konkretne situacije na tržištu</li> </ul>					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ZNAČAJ I SVRHA VREDNOVANJA MARKE (2 sata)</li> <li>2. TRGOVINSKI ZNAK, MARKA I VRIJEDNOST MARKE (3 sata)</li> <li>3. VREDNOVANJE PODUZEĆA (4 sata)</li> <li>4. TRGOVINSKI ZNAK U PRAVU I RAČUNOVODSTVU (3 sata)</li> <li>5. FINANCIJSKO VREDNOVANJE MARKE (4 sata)</li> <li>6. MODELI FINANCIJSKOG VREDNOVANJA (4 sata)</li> <li>7. METODOLOGIJA ZA FINANCIJSKO VREDNOVANJE (3 sata)</li> <li>8. METODE VREDNOVANJA (3 sata)</li> <li>9. ZNAČAJ MARKE U MODERNOM POSLOVANJU (2 sata)</li> <li>10. UTJECAJ MODERNIH TEHNOLOGIJA NA MARKU (2 sata)</li> </ol>					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class On line	Konzultacije				
<b>Obaveze studenta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi</li> <li>2) Pisanje pismenog ispita (usmeni ispit)</li> <li>3) Pohađanje i aktivno sudjelovanje na vježbama</li> </ol>					
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0

<b>bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b> 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % <b>UKUPNO.....100 %</b>					
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>		<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>		<b>Ostalo</b>
	1. Predović, D.: „Vrednovanje marke“, Mate, Zagreb, 2007.					
<b>Dopunska literatura</b>	2. Kevin L. K.: "Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity", Pearson, 2015. 3. Geiserich E. T.: "Procjena vrijednosti poduzeća", Faber & Zgombić Plus LTD, Zagreb, 2002.					
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje marketingom					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E090	<b>Godina studija</b>		III/ IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima spoznaje o značenju i ulogu marketing menadžmenta u jačanju konkurentske snage poduzeća na visoko kompetitivnom globalnom tržištu, te značaju prihvaćanja marketinške koncepcije u poslovanju od strane menadžmenta i zaposlenika na svim razinama..					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Spoznaje kako upravljati marketingom, identifikacija značaja tog upravljanja, formiranje informacijske podrške za upravljanje, prikupljanje informacija u kompaniji i na tržištu, modaliteti povezivanja sa kupcima, uloga brenda u marketingu, formiranje optimalne ponude za tržište, definiranje vlastite dodane vrijednosti, promocija dodane vrijednosti, kako ostvariti dugoročni rast, nužnost sinkronizacije i korištenja svih marketing aktivnosti na jedinstven način					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	DEFINIRANJE MARKETINGA ZA 21. STOLJEĆE (3 sata) RAZUMJEVANJE UPRAVLJANJA MARKEITNGOM 2 sata) PRIKUPLJANJE INFORMACIJA I PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA (3 sata) POVEZIVANJE SA POTROŠAČIMA (3 sata) IZGRAĐIVANJE SNAŽNIH MARKI (3 sata) OBLIKOVANJE TRŽIŠNE PONUDE (3 sata) ISPORUKA VRIJEDNOSTI (2 sata) ODAŠILJANJE PORUKE O VRIJEDNOSTI (3 sata) OSTVARIVANJE USPJEŠNOG DUGOROČNOG RASTA (2 sata) HOLISTIČKI PRISTUP MARKETINGU (3 sata)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M. „Upravljanje marketingom“ 14.izdanje, Mate, Neum, 2014.			
<b>Dopunska literatura</b>	Milanović-Golubović, V., „Marketing menadžment“, peto izdanje, Megatrend, Beograd, 2004.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Brend menadžment					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E091	<b>Godina studija</b>		IIIPOS/IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima znanje i sposobnosti da razumiju i analiziraju upravljanje brendovima i brendiranjem iz korporativne i potrošačke perspektive. To podrazumjeva proučavanje: korporativne perspektive; razvoj brenda i arhitekture brenda; ulogu marketinškog miksa; integrirane marketinške komunikacije; upravljanje robnom markom; percepcije potrošača u brendiranju; itd.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Spoznaje o značaju brenda u marketingu i poslovanju, komponente brenda, odnos brenda, imidža i reputacije, vrste brendova, oblikovanje strategije brenda, razvoj marketing miksa brenda, upravljanje brendovima, multibrending, kako mjeriti vrijednost brenda, trgovačke marke i njihove specifičnosti, udruživanje sa drugim brendovima					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	VAŽNOST MARKE I UPRAVLJANJAE MARKOM (3 sata) IDENTITET MARKE I ELEMENTI IDENTITETA (3 sata) VRSTE BRENDOVA (2 sata) RAZVOJ STRATEGIJA BRENDA (3 sata) BREND I MARKETING MIKS (3 sata) STRATEŠKO UPRAVLJANJE MARKAMA (3 sata) ISKORIŠTAVANJE USPJEŠNIH BRENDOVA (2 sata) MJERENJE VRIJEDNOSTI MARKE (3 sata) PRIVATNE MARKE (3 sata) POSLOVNI SLUČAJEVI (2 sata)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>		<b>Ostalo (upisati)</b>	

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Vranešević, T., „Upravljanje markama – Brand Management“, drugo izdanje, Accent,Zagreb, 2016.			
<b>Dopunska literatura</b>	Keller, K.L., „ Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity“, Pearson, 2013.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Upravljanje zadovoljstvom klijenata					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E092	<b>Godina studija</b>		III/IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima spoznaje da su klijenti najveća vrijednost svake kompanije te ih treba promatrati kao marketinški element i odrednicu upravljanja marketingom. Pri tome se zadovoljstvo klijenata promatra kao osnovno jamstvo uspješnosti i opstanka kompanije na dugi rok a najviše je ovisno o primljenoj vrijednosti koju klijenti ostvare u kontaktu s kompanijom putem traženih proizvoda i/ili usluga.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Znanje vezano za povezivanje zadovoljstva klijenata sa većom vrijednošću proizvoda i usluga, identifikaciji trenutne i željene vrijednosti, proces istraživanja i ocjena zadovoljstva klijenata te sustavno upravljanje odnosima s klijentima, kako provesti istraživanje zadovoljstva klijenata, kako analizirati i iskoristiti rezultate u sustavnom i kontinuiranom upravljanju odnosima s klijentima, kako izgraditi model mjerenja zadovoljstva, odabir faktora zadovoljstva.					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	PROCES NASTAJANJA VRIJEDNOSTI U SVIJESTI KLIJENTA (2 sata) PRIJEKUPOVNA VRIJEDNOST – ŽELJENA I OČEKIVANA VRIJEDNOST (2 sata) PERCIPIRANE KORISTI (2 sata) ISTRAŽIVANJE VRIJEDNOSTI ZA KLIJENTE (3 sata) POVEZANOST KONCEPTA ZADOVOLJSTVA I VRIJEDNOSTI ZA KLIJENTE (3 sata) ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA KLIJENATA (3 sata) UZORCI I UZORKOVANJE (3 sata) OSNOVNA ANALIZA PODATAKA O ZADOVOLJSTVU KLIJENATA (3 sata) IZGRADNJA MODELA MJERENJA ZADOVOLJSTVA KLIJENATA (3 sata) SUSTAVNO UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA (3 sata)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Eksperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenta tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. Seminarski Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 % <b>Ispit</b> 4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Vranešević, T.,Pandža-Bajs, I., Mandić, M., „Upravljanje zadovoljstvom klijenata“, Accent,Zagreb, 2018.			
<b>Dopunska literatura</b>	Hill, N., Brierly, J., MacDougall, R., „How to Measure Customer Satisfaction“ drugo izdanje, Gower Publishing Limited, 2003.			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				

<b>NAZIV PREDMETA</b>	Osobna prodaja i pregovaranje					
<b>NIVO STUDIJA</b>	Dodiplomski					
<b>Šifra predmeta</b>	5.01.04.E093	<b>Godina studija</b>		III/IV		
<b>Nositelj/i predmeta</b>		<b>Bodovna vrijednost (ECTS)</b>		5		
<b>Saradnici</b>						
<b>OPIS PREDMETA</b>						
<b>CILJ PREDMETA</b>	Pružiti studentima znanje o osobnoj prodaji, elementima komunikacije i prezentacije proizvoda i usluga u direktnoj komunikaciji sa kupcima, s ciljem realizacije prodaje i stvaranje dugoročnog zadovoljstva kupaca.					
<b>Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet</b>	Nema					
<b>Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)</b>	Znanje o procesu osobne prodaje, stilovima komuniciranja sa kupcima, identifikaciji vrijednosti bitnim za kupce, te načinima kako se osobna prodaja može koristiti kao strategija stvaranja veće vrijednosti, vještine kako pripremiti i realizirati prezentaciju proizvoda i usluge kupcu u direktnoj komunikaciji s ciljem realizacije prodajnih ciljeva, proces pregovaranja, rješavanje reklamacija, postprodajne aktivnosti, zaključivanje prodaje					
<b>Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:</b>	OSOBNA PRODAJA I MARKETINŠKO SHVAĆANJE (2 sata) MOGUĆNOSTI OSOBNE PRODAJE U INFORMACIJSKO DOBA (2 sata) STVARANJE VRIJEDNOSTI UZ POMOĆ STRATEGIJE USPOSTAVLJANA ODNOSA (3 sata) STILOVI KOMUNICIRANJA-UPRAVLJANJE ODNOSIMA U PRODAJI (3 sata) STRATEGIJE PRODAJE PROIZVODA KOJE DODAJU VRIJEDNOST (4 sata) RAZVIJANJE STRATEGIJE PREZENTACIJE (4 sata) PREGOVARANJE O KUPČEVIM NEDOUOMICAMA (2 sata) ZAKLJUČIVANE PRODAJE I POTVRĐIVANJE PARTNERSTVA (2 sata) PRUŽANJE USLUGE NAKON PRODAJE (2 sata) PRODAJNO PREGOVARANJE (3 sata)					
<b>Vrste izvođenja nastave:</b>	In class Online		Konsultacije			
<b>Obaveze studenta</b>						
<b>Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):</b>	<b>Pohađanje nastave</b>	0,75	<b>Istraživanje</b>	0	<b>Praktičan rad</b>	0
	<b>Ekperimentalan rad</b>	0	<b>Referat</b>	0	<b>Ostalo</b>	0
	<b>Esej</b>	0	<b>Seminarski rad</b>	1,25	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Kolokvij</b>	1,5	<b>Usmeni ispit</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0
	<b>Pismeni ispit</b>	1,5	<b>Projekat</b>	0	<b>Ostalo (upisati)</b>	0

<b>Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</b>	<b>Predispitne aktivnosti</b>			
	1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 5 bodova.....5 % Prisustvo vježbama 5 bodova.....5 % Kontinuirani rad/Interaktivnost 5 bodova.....5 % 2. SeminarSKI Pismeni dio 15 bodova.....15 % Usmena prezentacija 10 bodova..... 10% 3. Kolokvij 30 bodova.....30 %			
	<b>Ispit</b>			
	4. Pismeni /Usmeni ispit 30 bodova.....30 %			
	UKUPNO.....100 %			
<b>Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)</b>	<b>Naslov</b>	<b>Broj primjeraka u biblioteci</b>	<b>Dostupnost putem ostalih medija</b>	<b>Ostalo</b>
	Manning, G.L., Reece, B. „Suvremena prodaja“, deseto izdanje, Mate ,Zagreb, 2008.			
<b>Dopunska literatura</b>	Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajlić, S., Drašković, N., „Principi prodaje i pregovaranja“, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2019. Futrell, Ch.M., „Fundamentals of Selling; Customers for Life“ sedmo izdanje, Mc-Graw Hill, 2002 Richmond, K.K., „Powerfull Selling (v.1.0.)“ elektronsko izdanje dostupno na <a href="http://2012books.lardbucket.org/">http//2012books.lardbucket.org/</a> , 2012			
<b>Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)</b>				