



NASTAVNI PLAN I PROGRAM

II. CIKLUS STUDIJA

AKADEMSKA GODINA 2025/2026

FAKULTET POSLOVNE EKONOMIJE

STUDIJSKI PROGRAM

PODUZETNIČKI MENADŽMENT

Smjer Poduzetništvo i menadžmet (dvogodišnji studij)

120 ECTS

NPP 2024/2025

S A D R Ž A J

1. OSNOVNI PRINCIPI MAGISTARSKOG STUDIJA	4
2. IZBORNI PROGRAM STUDIJA	6
2.1. Ciljevi izbornog programa.....	6
2.2. Kriterijumi odabira izbornog programa.....	6
2.3. Način realizacije izbornog programa.....	6
3. STUDIJSKI PROGRAM PODUZETNIČKI MENADŽMENT	7
Znanja, kompetencije, vještine i zvanje.....	7
Smjer: Poduzetništvo i menadžment.....	7
4. NASTAVNI PLAN I PROGRAM	8
I GODINA.....	8
II GODINA.....	9
Izborni predmeti smjera Poduzetništvo i menadžment.....	10
Pregled obveznih predmeta smjera Poduzetništvo i menadžment.....	11
SILABUSI PREDMETA	12

1. OSNOVNI PRINCIPI MAGISTARSKOG STUDIJA

Magistarske studije na Sveučilištu/Univerzitetu "Vitez" (u daljem tekstu Sveučilište) su efikasne, individualne i vjerodostojne studije, dizajnirane po mjeri magistarskog kandidata koje se izvode sustavom osobnog mentorstva, izvođenjem nastave i vježbi. Osnovni cilj studija jest da kandidat stekne višu razinu specijalističkih znanja iz užeg područja u kojem priprema magistarski rad te stjecanje potrebnog znanja korištenja znanstvenih metoda i istraživačkih tehnika u užem području istraživanja, kako bi se osposobio za kreativno rješavanje kompleksnih problema iz svoje prakse, odnosno kako bi se osposobio za daljnji znanstveno-istraživački rad. Pravilima studiranja I, II i III ciklusa studija (u daljem tekstu Pravila studiranja) se bliže uređuju organizacija i izvođenje drugog ciklusa studija koji vodi do akademskog zvanja magistra, kao i druga pitanja koja se odnose na organizaciju studija, trajanje studija, postupak ispitivanja i ocjenjivanja, uvjeta i postupaka prijave i obrane magistarskog rada, isprave o studijima i druga relevantna pitanja od značaja za drugi ciklus studija na Sveučilištu.

Oblici izvođenja nastave su: predavanja, konzultacije, projekti, seminari, sudjelovanje studenata u znanstvenom i stručnom radu, konferencije i sl. Student koji je položio sve ispite, predviđene za studijski program drugog ciklusa studija, obranio rad i ispunio sve neophodne obveze propisane Statutom Sveučilišta i Pravilima studiranja, stiče odgovarajući stupanj, odnosno diplomu završenog drugog ciklusa studijskog programa. Uz stupanj i diplomu izdaje se i dodatak diplomi radi detaljnog uvida u razinu, prirodu, sadržaj, sustav i Pravila studiranja i postignute rezultate tijekom studija. Diploma magistarskog studija potvrđuje se zvanjem magistra, a u skladu sa Pravilnikom o dodjeljivanju akademskih titula i diploma.

Nastavni plan i program drugog ciklusa studija sadrži opće i posebne uvjete koje student mora zadovoljiti za stjecanje određenog znanja na drugom ciklusu studijskog programa i to:

1. Prikaz predmeta sistematiziranih po studijskim godinama, semestrima;
2. Broj sati individualnog opterećenja studenta po predmetu;
3. Broj ECTS bodova za svaki predmet iskazan u Nastavnom planu i programu;
4. Druge oblike nastave namijenjene stjecanju i usavršavanju profesionalnih znanja i vještina (seminari, projekti, praktični rad i sl.);
5. Prikaz obveznih uvjeta za pohađanje nastave i polaganje predmeta;
6. Prikaz magistarskog rada s brojem ECTS bodova;
7. Ukupno radno opterećenje studenta za osvajanje 1 ECTS boda iznosi 30 akademskih radnih sati.

Nastavnim planom utvrđuje se raspored predmetnih jedinica (predmeta i drugih nastavnih oblika) prema semestrima i godinama studija, s pripadajućom dinamikom studija kao i struktura predmetnih jedinica prema tipu i prema pripadnosti predmetnoj oblasti, odnosno širem i užem znanstvenom području, prema razini složenosti/apstrakcije i prema obveznosti predmeta. Ocjenjivanje studenata vrši se prikupljanjem bodova koji se preračunavaju u ocjenu, a u skladu sa Pravilima studiranja. Radno opterećenje studenata za 1 ECTS iznosi 30 radnih sati. Opterećenje studenta za svaki predmet navedeno je u nastavnom planu. Visina ocjene ovisi o

bodovima prikupljenim tijekom predavanja i ispita na način reguliran člankom 80. Pravila studiranja (predispitne aktivnosti i ispit).

Magistarski rad je samostalni rad u kojem student obrađuje odabranu temu primjenom znanstvenih metoda, dokazujući kako je svladao nastavni plan i program studija, stekao potrebno znanje i osposobio se za njegovu primjenu. Tema magistarskog rada može biti izabrana iz oblasti studijskog programa drugog ciklusa studija–magistarskog studija ili znanstvene oblasti koja obuhvaća upisani studijski program magistarskog studija. Način završetka studija i izrada magistarskog rada detaljnije su precizirani Pravilima studiranja.

Pravo upisa na drugi ciklus studija regulirano je člankom 105. Pravila studiranja. Studij na Fakultetu poslovne ekonomije mogu upisati studenti koji su završili I ciklus na Fakultetu poslovne ekonomije.

Pored studenata iz prethodnog stavka, magistarski studij mogu upisati studenti koji su završili I ciklus studija na fakultetima drugih srodnih usmjerenja, uz polaganje diferencijalnog programa:

- a) Uvod u ekonomiju;
- b) Poduzetništvo;
- c) Financijski menadžment

Znanstveno-nastavno vijeće formira Akademsko povjerenstvo koje donosi rješenje o upisu i određivanju diferencijalnog programa za drugi ciklus studija početkom svake akademske godine. Studenti su dužni razliku predmeta položiti do kraja akademske godine. Razliku predmeta studenti polažu po sustavu polaganja ispita za II. ciklus studija.

Pravo upisa na drugi ciklus studija imaju i studenti po osnovi prepisa s drugih visokoškolskih ustanova. Studentu koji tijekom godine izvrši prelazak s drugog sveučilišta, odnosno fakulteta priznaju se položeni ispiti Rješenjem dekana, a na osnovu prijedloga Akademskog povjerenstva za priznavanje ispita koju imenuje dekan na prijedlog Znanstveno-nastavnog vijeća početkom akademske godine. Akademsko povjerenstvo priznaje ispite iz onih predmeta koji se po sadržaju prema Nastavnom planu i programu podudaraju najmanje 55% sa sadržajem odgovarajućeg predmeta koji se izučava na fakultetu koji student upisuje. -

Student koji je ispunio sve obveze predviđene Nastavnim planom i programom stječe status apsolventa do obrane magistarskog rada. Student je obvezan obraniti magistarski rad u roku od dvije godine od datuma polaganja zadnjeg ispita. Ukoliko ne obrani magistarski rad u navedenom roku, student može podnijeti molbu Znanstveno-nastavnom vijeću za produžetak apsolventskega staža. Studenti imaju pravo završiti započeti studij prema Nastavnom planu i programu koji je važio prije objavljene izmjene u roku utvrđenom Statutom Sveučilišta. Student koji studira bez ponavljanja i bez prekida ima pravo završiti prema upisanom studijskom programu.

2. IZBORNI PROGRAM STUDIJA

2.1. Ciljevi izbornog programa

U skladu sa opredjeljenjem Sveučilišta da primjeni sve aspekte Bolonjskog procesa i da uvede suvremeni europski pristup nastavnim programima studija, uveden je pored obveznog još i izborni program koji zajedno čine jedinstven studijski program. Izborni program zajedno sa obveznim programom čini redoviti studij u okviru kojeg se stiče census od 60 ECTS kredit bodova za jednu akademsku godinu, odnosno 120 ECTS za dvije godine studija.

2.2. Kriterijumi odabira izbornog programa

Izborni program studija predstavlja dio Nastavnog plana i programa Fakulteta. Prilikom odabira izbornih predmeta vodi se računa o sljedećim kriterijima:

- Broj odabranih predmeta mora da odgovara planiranom broju izbornih predmeta prema nastavnom planu studijskog smjera. 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 kredit bodova dat je u tabelarnom obliku.
- Student ne može izabrati izborne predmete za realizaciju u okviru jednog semestra, jer time ugrožava savladavanje obveznog nastavnog programa u tom semestru.
- Student ne može odabrati predmete koji su uslovljeni prethodnim znanjima, ukoliko ne posjeduje ta znanja.
- Student ne može da odabere predmete koje već ima u nastavnom programu svoje studijske grupe u višim godinama studija, kao obvezne.
- Student može kao svoj izborni predmet odabrati bilo koji obvezni predmet sa drugog smjera ili sa drugog Fakulteta za koji posjeduje predznanje.

2.3. Način realizacije izbornog programa

Ukoliko se izabrani predmet realizira u okviru redovitog i obveznog programa u pojedinim studijskim grupama pojedinih fakulteta Sveučilišta, tada se student slobodno priključuje toj grupi i u okviru iste grupe savladava sve nastavne obveze predviđene za taj predmet. Svi studenti Sveučilišta imaju pravo da realiziraju svoj izborni program bez obzira na kojem Fakultetu, odnosno na kojoj organizacionoj jedinici, se organizira 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.

3. STUDIJSKI PROGRAM PODUZETNIČKI MENADŽMENT

Sveučilište/Univerzitet putem svojih članica fakulteta organizira i izvodi magistarski studij iz znanstvenih oblasti za koje su akreditirani. Dvogodišnji magistarski studij na smjeru Poduzetništvo i menadžment osigurava stjecanje sljedećih znanja, kompetencija, vještina i zvanja:

Znanja, kompetencije, vještine i zvanje

Smjer: Poduzetništvo i menadžment

Integriranim pristupom svim segmentima poslovanja, smjer omogućava stjecanje višeg nivoa znanja iz oblasti razvoja i unapređenja poduzetništva, kritičke analize poduzetničke aktivnosti, organizacionog ponašanja i liderstva, strateškog menadžmenta, naprednog operacijskog menadžmenta, međunarodnog menadžmenta, stvaranja konkurentnih prednosti, upravljanja znanjem kroz model intelektualnog kapitala, kreiranja marketinških strategija, finansiranja poduzetničke aktivnosti. Završetkom studija stiču se kompetencije i vještine koje omogućavaju razumijevanje i praćenje najnovijih dostignuća iz oblasti poduzetništva i menadžmenta, provođenje istraživanja iz ove oblasti, upravljanje kompanijama, viši nivo razvijanja poduzetničke aktivnosti, rukovođenje sektorima u biznisu i vanprivrednim institucijama, rad u državnim organima, komorama, udruženjima i razvojnim institucijama koje se bave razvijanjem, podržavanjem i planiranjem raznih poduzetničkih aktivnosti, mogu raditi kao profesori u srednjim školama i viši asistenti na fakultetima. Smjer je atraktivan i za neekonomiste, koji žele da se usavrše u oblasti razvoja biznisa i menadžmenta.

Zvanje koje student dobija: **Magistar/Master ekonomije i poslovanje/biznis - smjer: Poduzetništvo i menadžment**

4. NASTAVNI PLAN I PROGRAM

I GODINA

I SEMESTAR

R. br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	V	KP	IU IZ DZ		
1.	5.2.4.ME01	Metodologija i tehnologija izrade naučnog rada—	20	--	30	--	--	160	210	7
2.	5.2.3.ME44	Organizaciono ponašanje i liderstvo u digitalnom dobu	20	--	30	--	--	220	270	9
3.	5.2.3.DE11	Korporativno upravljanje	20	--	30	--	--	190	240	8
4.		Izborni predmet	20	--	30	--	--	130	180	6
UKUPNO:			80		120		--	700	900	30

II SEMESTAR

R. br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	V	KP	IU IZ DZ		
1.	5.2.3.ME46	Poduzetničke vještine	20	--	30	--	--	190	240	8
2.	5.2.3.ME47	Međunarodni menadžment	20	--	30	--	--	190	240	8
3.	5.2.3.ME48	Obiteljsko poduzetništvo	20	--	30	--	--	190	240	8
4.		Izborni predmet	20	--	30	--	--	130	180	6
UKUPNO:			80	--	120		--	700	900	30

II GODINA
I SEMESTAR

R. br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	V	KP	IU IZ DZ		
1.	5.2.3.ME49	Napredni operacijski menadžment	20	--	30	--	--	160	210	7
2.	5.2.3.ME02	Strateški menadžment i konkurentske prednosti	20	--	30	--	--	190	240	8
3.	5.2.3.ME03	Strategija razvoja poduzetništa	20	--	30	--	--	160	210	7
4.		Izborni predmet	20	--	30	--	--	130	180	6
5.		Izbor, prijava i rad na temi magistarskog rada	--	--	--	--	--	60	60	2
UKUPNO:			80	--	120	--	--	700	900	30

II SEMESTAR

R. br.	Šifra	Naziv predmeta	Nastavne aktivnosti (čas)					Individualni rad	Ukupno	ECTS
			P	V	S/I	V	KP	IU IZ DZ		
1.	5.2.5.ME05	Strateški marketing	20	--	30	--	--	190	240	8
2.	5.2.3.ME04	Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom	20	--	30	--	--	160	210	7
3.		Rad na temi magistarskog rada	--	--	--	--	--	300	300	10
4.		Obrana magistarskog rada sa pripremom	--	--	--	--	--	150	150	5
UKUPNO:			40	--	60	--	--	800	900	30

Legenda: P= predavanja, S/I = Seminarski i grupni radovi, evaluacija, IU –Individualno učenje, IZ= Istraživanje izvora, DZ= domaće zadaće

Ukupno opterećenje smjera Poduzetništvo I menadžment

Organizirane nastavne aktivnosti						Individualni rad studenta	Ukupno	ECTS
	Teorijska nastava			Praktična nastava		IU IZ DZ		
	P	V	S/I	PV/T	KP			
I godina	160	--	240	--	--	1400	1800	60
II godina	120	--	180	--	--	1500	1800	60
UKUPNO:	700					2900	3600	120

Izborni predmeti smjera Poduzetništvo i menadžment

R.br.	Naziv predmeta	ECTS	Smjer	Šifra predmeta
1.	Teorija cijena	6	PM	5.2.4.ME12
2.	Demografska statistika	6	PM	5.9.2.ME14
3.	Strateške alijanse	6	PM	5.2.3.ME15
4.	Poslovno pregovaranje	6	PM	5.2.3.ME16
5.	Elektronsko poslovanje	6	PM	5.2.3.ME10

Legenda: Poduzetništvo i menadžment (PM)

Pregled obveznih predmeta smjera Poduzetništvo i menadžment

R. br.	Naziv predmeta	Broj predmeta
1.	Metodologija i tehnologija izrade naučnog rada—	ME01
2.	Organizaciono ponašanje i liderstvo u digitalnom dobu	ME44
3.	Korporativno upravljanje	DE11
4.	Poduzetničke vještine	ME46
5.	Međunarodni menadžment	ME47
6.	Obiteljsko poduzetništvo	ME48
7.	Napredni operacijski menadžment	ME49
8.	Strateški menadžment i konkurentske prednosti	ME02
9.	Strategija razvoja poduzetništa	ME03
10.	Strateški marketing	ME33
11.	Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom	ME34

SILABUSI PREDMETA

NAZIV PREDMETA	Metodologija i tehnologija izrade naučnog rada		
NIVO STUDIJA	Magistarski		
Šifra predmeta	5.2.4.ME01	Godina studija	I
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Mirza Čaušević	Bodovna vrijednost (ECTS)	7
Saradnici	(nema)		
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je upoznati studente sa metodologijom i tehnologijom izrade naučnog rada, naučno-istraživačkog rada, naučno-istraživačkim metodama i osposobiti ih za samostalno istraživanje, interpretaciju i prezentaciju rezultata istraživanja i da ovladaju i primjenjuju metodologiju i tehnologiju izrade naučnog rada.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet			
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Studenti će biti osposobljeni: 1.Definirati metode naučnog istraživanja 2.Primijeniti metode, zakonitosti, pravila i postupke metodologije naučnog istraživanja 3.Usporediti i primijeniti različite naučne metode pri izradi naučnog ili stručnog rada 4.Formulisati rezultate istraživanja i prezentirati ih na sistematičan, jednostavan i konkretan način 5.Pretraživati i koristiti primarne, sekundarne i tercijarne izvore podataka 6. Osmisliti i idejno (u obliku seminarskog rada) provesti samostalno ad-hoc istraživanje određene tematske problematike 7. Formulirati problemska pitanja 8. Sintetizovati rezultate istraživanja 9. Analizirati određenu tematsku problematiku 10. Raspraviti rezultate naučno-istraživačkog rada 11. Kritički prosuditi izvore podataka i bibliografiju prilikom naučno-istraživačkog rada.		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Upoznavanje sa sadržajem predmeta, oblicima nastave i provjere znanja 2. Karakteristična obilježja nauke, naučne djelatnosti i naučnog istraživanja 3. Klasifikacija naučnih oblasti 4. Uvod u naučno-istraživački rad 5. Uvod u metodologiju naučno –istraživačkog rada 6. Pojam i klasifikacija naučnih metoda 7. Tehnologija naučnog istraživanja 8. Faze nastanka naučnog rada: postavljanje hipoteze, planiranje naučnog		

	istraživanja 9. Faze nastanka naučnog djela: prikupljanje, obrada i prikazivanje naučnih podataka, dokazivanje i rasprava 10. Pisanje teksta i tehnička obrada naučnog rada 11. Vrste naučnih radova: usmeno i pismeno izlaganje, stručni i nastavniradovi					
Vrste izvođenja nastave:	Online, in-class, konsultacije					
Obveze studenta	Prema Pravilima studiranja					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,4	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	3,5	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	0	Usmeni ispit	1,05	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	1,05	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrijednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	1. Seminarski rad – 30 bodova 2.Interaktivnost – 20 bodova 3.Prezentacija i odbrana seminarskog rada – 20 bodova 4.Usmeni i pismeni ispit – 30 bodova UKUPNO – 100 bodova		Visina ocjene prema broju osvojenih bodova			
			Ocjena		Broj bodova	
			5		0-59	
			6		60-64	
			7		65-74	
			8		75-84	
			9		85-94	
			10		95-100	
Obavezna literatura (dostupna u biblioteci i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo	
	1. Ratko Zelenika, Metodologija i tehnologija izrade naučnog i stručnog djela, četvrto izdanje,Rijeka, 2000. godina.					
Dopunska literatura						
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Organizaciono ponašanje i liderstvo u digitalnom dobu						
NIVO STUDIJA	Magistarski						
Šifra predmeta	5.2.3.ME44		Godina studija		I		
Nositelj/i predmeta	Prof.dr.sc. Jamila Jaganjac		Bodovna vrijednost (ECTS)		9		
Saradnici							
OPIS PREDMETA							
CILJ PREDMETA	Upoznati studente sa temeljima organizacionog ponašanja i liderstva, kao i promjenama u načinu poslovanja koje nastaju usljed digitalne transformacije, a koje dovode do promjena u organizacionom ponašanju na svim nivoima. Cilj je naglasiti ulogu lidera u tom procesu, kao integrativnog faktora organizacionog ponašanja.						
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Studenti će biti osposobljeni: definirati i primjenjivati modele organizacionog ponašanja ,integrirati interne i eksterne resurse u procesu digitalne transformacije, koristiti savremene organizacione strukture i efikasno kreirati virtualne timove, usmjeravati organizacionu kulturu ka digitanoj kulturi, prepoznati i primjeniti adekvatan stil liderstva, voditi proces promjena na etičan način, odgovoriti na izazove upravljanja ljudskim resursima u digitalnom dobu, koristiti optimalnu kombinaciju tradicionalnih i digitalnih kanala komunikacije, efikasno rješavati organizacione konflikte, definirati i odgovoriti na izazove i prilike organizacionog ponašanja i liderstva u digitalnom dobu						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Značaj i obuhvat organizacionog ponašanja 2. Modeli organizacionog ponašanja 3. Digitalna transformacija i organizaciono ponašanje 4. Virtuelni timovi 5. Digitalne tehnologije i organizacione promjene 6. Organizaciona kultura u digitalnom dobu 7. Teorije liderstva i implikacije digitalnog liderstva 8. Digitalno doba i menadžment ljudskih resursa 9. Komunikacija i konflikti u digitalnom dobu 10. Izazovi i prilike organizacionog ponašanja i liderstva u digitalnom dobu						
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije				
Obveze studenta							
Praćenje rada studenata (upisati udio	Pohađanje nastave	1,4	Istraživanje	0	Praktičan rad	0	

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	3,5	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	0	Usmeni ispit	2,1	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	0	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 2. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 3. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	Jaganjac. J., Lukić, Nikolić, J. (2023). Organizaciono ponašanje i liderstvo: Izazovi digitalnog doba. Sveučilište "Vitez", Travnik		30			
Dopunska literatura	S.C. Ross. (2021). Organizational Behavior Today. Routledge. J.A. Wagner, J.R. Hollenbeck. (2010). Organisational Behavior: Securing Competitive Advantage. Routledge S.P. Robbins, T.A. Judge. (2013) Organisational behavior. Pearson, 15. izdanje G. Yukl. (2013). Leadership in Organizations. Pearson Education, 8. izdanje					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Korporativno upravljanje					
NIVO STUDIJA	Magistarski					
Šifra predmeta	5.2.3.DE11	Godina studija			I	
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Merima Aljić	Bodovna vrijednost (ECTS)			8	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Predmet ima za cilj produbljivanje znanja i vještina kroz razumjevanje principa i organa upravljanja i odnosa vlasnika ,menadžmenta i nadzornih organa te njihove odgovornosti, kao uvjeta efikasnijeg upravljanja poslovnim sistemima.Također upoznati studente sa mehanizmima korporativnog upravljanja i značaj korporativnog upravljanja za društvenu zajednicu sa svrhom razvoja i rasta prosperiteta jedne zemlje.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Nakon završenog predmeta studenti će biti osposobljeni da koriste stečena znanja za analizu stanja u poduzeću, izvode zaključke, predlažu odluke, uspoređuju različite strategije upravljanja unutar organa korporacija, mogućnosti sudjelovanja u upravljačkom procesu u poslovnim sistemima te sposobnost rješavanja konkretnih problema sa stajališta korporativnog upravljanja.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Uvod u korporativno upravljanje (3 sata) 2. Razvoj korporativnog upravljanja (3 sata) 3. Ključni elementi modernog korporativnog upravljanja (3 sata) 4. Modeli korporativnog upravljanja (3 sata) 5. Kontekst i vanjski mehanizmi korporativnog upravljanja (3 sata) 6. Interni mehanizmi korporativnog upravljanja (3 sata) 7. Poslovna etika u korporativnom preduzetništvu (3 sata) 8. Društvena odgovornost korporativnog upravljanja (3 sata) 9. Korporativno upravljanje u Bosni i Herecegovini (3 sata) 10. Standardi korporativnog upravljanja, i evropske integracije (3 sata)					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje		Praktičan rad	

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 4. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 5. Seminarski : Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	Manojlo Babić, Milić Simić, Aziz Šunje, Mirko Puljić, „Korporativno upravljanje – principi i mehanizmi“, REVICON – Sarajevo, 2008		2			
Dopunska literatura	1. Monks, R.A.G., Minow, N. „Corporate governance“, 3ed Blackwell Business 2004.godine. 2. Tipurić, D. I sur. „Promjene vrhovnog menadžmenta i korporativno upravljanje“, Zagreb: Sinergija-nakladništvo, 2011.godine. 3. Ivica Voloder, Danko Sučević, „Korporativno upravljanje (za 21. stoljeće)“, Zagreb : Lider media, 2020.godine.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Poduzetničke vještine		
NIVO STUDIJA	Magistarski		
Šifra predmeta	5.2.3.ME46	Godina studija	I
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Merima Aljić	Bodovna vrijednost (ECTS)	8
Saradnici			
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je povećanje sposobnosti razumijevanja i analitičkog tumačenja ključnih elemenata liderstva i međuljudskih odnosa. Predmet pruža uvid u važnost osobnog razvoja pojedinca (profesionalno i privatno) kroz motivaciju i osnaživanje, te osobne i organizacijske učinkovitosti kroz upravljanje konfliktima, delegiranje, pozitivno korištenje moći i utjecaja te vođenje pozitivne promjene. Studenti će biti potaknuti da koriste specifične metode za upravljanje vlastitim rastom i razvojem, vođenje, motiviranje i osnaživanje svog tima, kao i upravljanje vlastitom karijerom.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema		
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Nakon završenog predmeta student će moći: - Identificirati poduzetničke vještine važne za razvoj osobne i organizacijske učinkovitosti - Raspravljati o važnosti poduzetničkih vještina u kontekstu njihove primjene u procesu osobnog razvoja pojedinca - Raspravljati o važnosti poduzetničkih vještina u kontekstu njihove primjene u organizacijskom okruženju - Razumjeti kako implementirati strategije za razvoj individualne i organizacijske učinkovitosti - Analizirati korelaciju poduzetničkih vještina i kombinirati različite strategije za razvoj individualne i organizacijske učinkovitosti - Definirati važnost izgradnje karijere i implementirati strategije za osobni profesionalni razvoj - Primijeniti tehnike efektivne komunikacije i timskog rada u različitim poslovnim i organizacijskim scenarijima - Prepoznati i razvijati liderski potencijal kroz razumijevanje različitih stilova vodstva. - Kritički procijeniti utjecaj emocionalne inteligencije na osobnu i profesionalnu efikasnost - Razviti sposobnost adaptacije i fleksibilnosti u brzo mijenjajućim poslovnim i organizacijskim okruženjima		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Motiviranje sebe i drugih 2. Upravljanje konfliktom 3. Dobivanje moći i utjecaja 4. Osnaživanje i delegiranje		

	5. Vođenje pozitivne promjene 6. Liderstvo 7. Upravljanje karijerom					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 6. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 7. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 8. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	1. Whetten, D.A. & K.S. Cameron: Developing managamant Skills, Pearson Prentice Hall,2007 2. Buble, M., Menadžerske vještine, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2010.					
Dopunska literatura	1. Covey, S.R.: Sedam navika uspješnih ljudi, Mozaik knjiga, Zagreb, 2001 2. Poljak, N. , Šehić Relić, L., Upravljanje sukobom u organizaciji , Centar za mir, nenasilje i ljudska prava, Osijek, 2006.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Međunarodni menadžment		
NIVO STUDIJA	Magistarski		
Šifra predmeta	5.2.3.ME47	Godina studija	I
Nositelj/i predmeta		Bodovna vrijednost (ECTS)	8
Saradnici			
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je omogućiti studentima da razviju sveobuhvatno razumijevanje teorija, koncepta i praksi vezanih za upravljanje i strategije u globalnom poslovnom okruženju. Predmet je usmjeren na opremanje studenata znanjima i vještinama potrebnim za efikasno vođenje i upravljanje u međunarodnom kontekstu, uzimajući u obzir složenost i dinamičnost globalnog tržišta.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema		
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	1. Razumijevanje temeljnih principa međunarodnog menadžmenta 2. Analiza utjecaja globalizacije na međunarodno poslovanje 3. Razumijevanje procesa internacionalizacije poduzeća 4. Primjena znanja o kulturnim razlikama u međunarodnom menadžmentu 5. Razvoj vještina u strateškom međunarodnom menadžmentu 6. Upravljanje i organiziranje u međunarodnom kontekstu: 7. Studenti će razviti vještine upravljanja ljudskim resursima u međunarodnom okruženju, uključujući regrutiranje, selekciju i razvoj zaposlenika. 8. Primjena vještina vodstva i motivacije 9. Razumijevanje i rješavanje etičkih i organizacijskih izazova 10. Studenti će razumjeti nadolazeće trendove i biti sposobni predvidjeti kako će ti trendovi utjecati na međunarodno poslovanje.		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Uvod u međunarodni menadžment 2. Međunarodno poduzeće i proces internacionalizacije 3. Okolina međunarodnog menadžmenta 4. Strateški menadžment u međunarodnom kontekstu 5. Organiziranje u međunarodnom menadžmentu 6. Menadžment ljudskih resursa u međunarodnom kontekstu 7. Vodstvo i motivacija u međunarodnom menadžmentu 8. Izazovi organiziranja i kontrole u međunarodnom menadžmentu 9. Etika i radni odnosi u međunarodnom menadžmentu 10. Budućnost i tendencije u međunarodnom menadžmentu		
Vrste izvođenja nastave:	In class Online	Konsultacije	
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita		

Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti					
	9. Pohađanje nastave:					
	Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 %					
	Interaktivnost 10 bodova.....10 %					
	10. Seminarski					
	Pismeni dio 30 bodova.....30 %					
	Usmena prezentacija 20 bodova.....20%					
	Ispit					
	11. Usmeni ispit 30 bodova.....30 %					
	UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	1. Buble, M. (2009). Međunarodni menadžment. <i>Zagreb: Lares plus</i> , 84-86. 2. Rahimić, Z., & Podrug, N. (2013). Međunarodni menadžment. <i>Sarajevo: Ekonomski fakultet</i> .					
Dopunska literatura	1. McFarlin, D., & Sweeney, P. D. (2014). <i>International management: strategic opportunities & cultural challenges</i> . Routledge.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Obiteljsko poduzetništvo		
NIVO STUDIJA	Magistarski		
Šifra predmeta	5.2.3.ME48	Godina studija	I
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Tanja Gavrić	Bodovna vrijednost (ECTS)	8
Saradnici			
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je pružiti studentima temeljito razumijevanje specifičnosti, izazova i strategija upravljanja obiteljskim poduzećima. Predmet je namijenjen osnaživanju studenata s potrebnim znanjima i vještinama za efektivno upravljanje i održivi razvoj obiteljskih poduzeća u suvremenom poslovnom okruženju.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema		
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Nakon završenog predmeta student će moći: - Razumijevanje temelja poduzetništva - Analiza utemeljenja i razvoja obiteljskih poduzeća - Proučavanje uloge obiteljskih poduzeća u globalnoj ekonomiji - Balansiranje obiteljskih i poslovnih interesa - Razumijevanje značaja inovacija za uspjeh - Razvoj vještina menadžmenta i vodstva - Integracija strategija i korporativne kulture - Primjena kompenzacijskog menadžmenta - Vještine odlučivanja i upravljanja konfliktima - Strategijsko planiranje za budućnost obiteljskih poduzeća		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Poduzetništvo – radost kreacije novog 2. Poduzetnik – utemeljitelj obiteljskog poduzeća 3. obiteljska poduzeća – temelj svjetske ekonomije 4. Poduzetništvo u obitelji – interesi i potrebe 5. Inovacije – preduvjet za uspjeh obiteljskog pothvata 6. Menadžment i vodstvo – ključevi održivosti obiteljskih poduzeća 7. Strategije i kultura obiteljskih poduzeća – promotori vrijednosti obitelji i poslovanja 8. Kompenzacijski menadžment – što, koliko, kome i kada kompenzirati u obiteljskom poduzeću 9. Odlučivanje i konflikti – dinamičnost procesa u obiteljskim poduzećima 10. Modeli obiteljskog poduzeća – slojevitost razvoja obitelji i složenost poslovanja 11. Nasljeđivanje – krajnji test za uspješna obiteljska poduzeća korporativno poduzetništvo u obiteljskim poduzećima – iskorak ka budućnosti 12. Budućnost obiteljskih poduzeća – inovacija umjesto imitacije		

Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 12. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 13. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 14. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	15. Bakotić, D., Bulog, I., Dulčić, Ž., Glamuzina, M., Klepić, Z., Kružić, D., ... & Mihić, A. O. (2016). <i>Obiteljsko poduzetništvo</i> . Sveučilište. 16. Poza, E. J. (2013). <i>Family business</i> . Cengage Learning.					
Dopunska literatura	1. Mezulić Juric, P., Alpeza M. (2017) Izazovi prijenosa poslovanja u malim i srednjim poduzećima, CEPOR, Zagreb.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX – u					

NAZIV PREDMETA	Napredni operacijski menadžment		
NIVO STUDIJA	Magistarski		
Šifra predmeta	5.2.3.ME49	Godina studija	II
Nositelj/i predmeta	Doc. dr. sc. Amel Pintol	Bodovna vrijednost (ECTS)	7
Saradnici			
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je pružiti studentima duboko razumijevanje složenih aspekata operacijskog menadžmenta. Kurs se fokusira na razvijanje naprednih vještina i znanja potrebnih za efikasno upravljanje i optimizaciju operativnih procesa u različitim poslovnim i industrijskim kontekstima.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema		
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Nakon završenog predmeta student će moći: - Razumijevanje naprednih koncepta i teorija operacijskog menadžmenta - Analiza strateškog značaja operacijskog menadžmenta - Primjena naprednih alata i tehnika - Razvoj vještina upravljanja kvalitetom - Strategijsko upravljanje lancem opskrbe - Implementacija tehnoloških inovacija u operacijama - Ocjenjivanje učinka i procesne efikasnosti - Razumijevanje održivosti i etičkih pitanja - Primjena vještina rješavanja problema i donošenja odluka - Razvoj liderskih vještina i timskog rada		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Uvod u napredni operacijski menadžment 2. Strategija operacijskog menadžmenta 3. Tehnologija u operacijskom menadžmentu 4. Kvantitativne metode i analitički alati 5. Upravljanje kvalitetom i procesnom efikasnošću 6. Lanac opskrbe i logistika 7. Održivost i etika u operacijama 8. Zaključak i studije slučaja		
Vrste izvođenja nastave:	In class Online	Konsultacije	
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita		

Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,4	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	3,5	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,1	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 17. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 18. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 19. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	1. Loader, D. (2007). <i>Advanced operations management</i> . John Wiley & Sons. 2. Barković, D. (1999). Uvod u operacijski management, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.					
Dopunska literatura						
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Strateški menadžment i konkurentske prednosti					
NIVO STUDIJA	Magistarski					
Šifra predmeta	5.2.3.ME02	Godina studija		II		
Nositelj/i predmeta	Prof. dr.sc. Tanja Gavrić	Bodovna vrijednost (ECTS)		8		
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Upoznati studente sa ulogom i značajem strateškog menadžmeta. Studenti trebaju ovladati vrstama generičkih strategija kao i konkurentskim pozicijama poduzeća sa ciljem da ih u praksi mogu identificirati i primjeniti.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Nakon završenog predmeta student će moći: - Razumijeti predmet i problematiku discipline strateškog menadžmenta - Primjeniti tehnike i alate za analizu internog i eksternog okruženja - Razumijeti različite vrste strategija i način oblikovanja strategije - Implementaciju strategije i čimbenike koji utječu na uspješno implementiranje strategije - Razumijeti neophodnosti izgradnje održivih konkurentskih prednosti preduzeća - Spoznati važnost stvaranja resursa, ulogu vođe i izgradnje društveno odgovornog poslovanja					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1.Uvod u strateški menadžment 2.Značaj i važnost strategije 3.Menadžerski proces izrade i provedbe strategije 4.Analiza vanjskog okruženja 5.Konkurentska pozicija poduzeća 6.Generičke konkurentske strategije 7.Diverzifikacija djelatnosti 8.Strategija, etika i društvena odgovornost 9.Stvaranje resursa i organizacijskih sposobnosti 10. Organizacijske kulture i vodstvo					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio)	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje		Praktičan rad	

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	1. Arthur A. Thompson, A.J.Strickland i John E. Gamble „Strateški menadžment“, prevod“Mate“, 2007 godina.		1			
Dopunska literatura	2. S. C. Certo, S. T. Certo: “Moderni menadžment”, 10. izdanje, Mate, 2008. godina 3. G. Hamel: “Budućnost menadžmenta”, Mate, 2009. godina					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

NAZIV PREDMETA	Strategija razvoja poduzetništva					
NIVO STUDIJA	Magistarski studij					
Šifra predmeta	5.2.3.ME03	Godina studija			II	
Nositelj/i predmeta	Doc. dr. sc. Amel Pintol	Bodovna vrijednost (ECTS)			7	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Studenti će savladati strategije razvoja poduzetništva i bit će osposobljeni za pokretanje, planiranje i razvoj poduzetničke ideje.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Poznavanje osnovnih premisa poduzetništva, pojam, značaj, svrhu i ciljeve poduzetništva. Poznavanje značaja poduzetničke inicijative, kao i osnovnih osobina potencijalnih poduzetnika-ljudi koji imaju urođeni instikt i ideje za inicijaciju i realizaciju početnog (start-up) poslovnog pothvata, kao i prepoznavanje distinkcije između poduzetnika i menadžera.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Studenti će usvojiti osnovna znanja o poduzetništvu, spoznat će osobine poduzetnika i način na koji on promišlja i pristupa realizaciji ideja u realnom životu, te načine kako ih pretvara u dobru poslovnu praksu. Također, studenti će usvojiti znanja o osnovnim vrstama poduzetničkih strategija, savladati tehnike vezane za procese kupoprodaje, usvojiti znanja o razvoju novih proizvoda, spoznati i usvojiti znanja vezana za marketing i marketig miks i promociju, franšizno poslovanje, usvojiti će dodatna znanja o računovodstvu, odnosno porezima i doprinosima malih poduzetnika, kao i o financiranju poduzetništva. Usvojiti će i spoznaje o vrstama menadžera u poduzećima i u konačnici studenti će savladati strategije razvoja poduzetništva, a bit će osposobljeni za pokretanje, planiranje i razvoj poduzetničke ideje.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1.Pojam, značaj i definicija malog i srednjeg poduzetništva – 3 sata 2.Poduzetnička strategija- 4 sata 3.Marketing miks- 2 sata 4.Poduzetnički porezi i doprinosi-3 sata 5.Razvoj novih proizvoda-3 sata 6.Franšize u maloprodaji- 3 sata 7.Menadžeri u poduzetničkoj tvrtki- 3 sata 8.Procesi kupoprodaje- 3- sata 9.Računovodstvo malih poduzetnika-3 sata 10.Financiranje poduzetništva- 3-sata					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	Prema Pravilima studiranja					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da	Pohađanje nastave	1,4	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	3,5	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij		Usmeni ispit	2,1	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	0	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci;		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	1. R.D. Hisrich, M.P. Peters i D.A. Shepherd „Poduzetništvo“ VII izdanje, prijevod „Mate“ Zagreb, 2010 godina.		5			
	2.Zbirka tekstova , grupa autora „Primjenjeno poduzetništvo“ Split-Zagreb, 2006 godina		10			
	3. Poduzetništvo, Uspješno pokretanje novih poduhvata, drugo izdanje, Bruce R.Barrnger; R. Duane Ireland, Prijevod ,Tuzla 2010.		5			
Dopunska literatura	4. Upravljanje preduzećem, H.Mahmutović; Dž.Kulović; DataStatus, Beograd, 2010.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Strateški marketing					
NIVO STUDIJA	Magistarski					
Šifra predmeta	5.2.5.ME05	Godina studija			II	
Nositelj/i predmeta	Prof.dr.sc. Darijo Jerković	Bodovna vrijednost (ECTS)			8	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Stjecanje znanja i vještina potrebnih za definiranje marketing ciljeva i strategija kako bi se osigurala bolja tržišna pozicija i konkurentnost na dugi rok, kao i savladavanje metoda i tehnika koje se koriste u strateškom marketingu i njihova primjena.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Razumjevanje značaja strateškog marketinga, identifikacija razlika u odnosu na operativni marketing, poznavanje segmenata i procesa analize okruženja, poznavanje procesa strateškog marketing planiranja, poznavanje spektra marketinških strategija za različite tržišne pozicije, izbor optimalne strategije, poznavanje uloge brendiranja u marketingu, faktori koji determiniraju ponašanje potrošača, poznavanje procesa implementacije i kontrole realizacije strategija, novi pravci razvoja tržišta i strategija koji prate taj razvoj					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Koncept strateškog marketinga 2. Tržišno orjentirani strateški marketing 3. Strateška analiza okruženja 4. Globalizacija i strateški marketing 5. Strateško marketing planiranje 6. Izbor i implementacija marketing strategija 7. Novi izazovi tržišta u strateškom marketingu i novi pravci razvoja strategija 8. Strategije brendiranja 9. Ponašanje potrošača i marketing strategije 10. Kontrola marketing strategija					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara	Pohađanje nastave	1,6	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	4	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	0	Usmeni ispit	2,4	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	0	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	Filipović, V., Jančić, R. “STRATEŠKI MARKETING”, Fakultet organizicionih nauka, Beograd, 2010.		1			
Dopunska literatura	Kotler, K., Keller, K.L. „MARKETING MANAGEMENT“, 14.izdanje, Pearson, New Jersey 2012. Kotler, K., Keller, K.L. „UPRAVLJANJE MARKETINGOM“, 12.izdanje, Mate, Zagreb, 2008. Poglavlja 2, 3, 10, 11, 21, 22.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom					
NIVO STUDIJA	Magistarski					
Šifra predmeta	5.2.3.ME04	Godina studija			II	
Nositelj/i predmeta	Prof.dr.sc. Jamila Jaganjac	Bodovna vrijednost (ECTS)			7	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Cilj predmeta je upoznati studente sa pojmovima intelektualnog kapitala i osposobiti za praktičnu primjenu alata i tehnika upravljanja intelektualnim kapitalom u poslovanju kompanije, uz izbor odgovarajućeg modela usmjerenog ka uspješnom poslovanju.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	Poznavanje razvoja intelektualnog kapitala; poznavanje alata za izvještavanje o vrijednosti kompanije; poznavanje uloge intelektualnog kapitala u jačanju globalne konkurentnosti; poznavanje metoda mjerenja intelektualnog kapitala i njihove primjene u svjetskoj praksi; upoznavanje sa novim inicijativama za korporativno izvještavanje; savladavanje logičkog okvira modela intelektualnog kapitala i njegovih elemenata; poznavanje integrisanih informacionih sistema podrške poslovnim procesima; sposobnost povezivanja elemenata intelektualnog kapitala u poslovnim procesima; poznavanje integrisanog modela upravljanja znanjem i izazova za teoriju i praksu; kreiranje modela upravljanja intelektualnim kapitalom i znanjem u praksi					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Uvod u intelektualni kapital 2. Intelektualni kapital i konkurentska prednost 3. Metode mjerenja intelektualnog kapitala 4.Dodana vrijednost i principi efikasnosti intelektualnog kapitala 5.Logički okvir upravljanja intelektualnim kapitalom 6.Poslovna perspektiva i značaj informacionih sistema 7. Upravljanje ljudskim kapitalom 8. Upravljanje odnosima sa potrošačima 9. Kapitalna vrijednost brenda 10. Integrisani model upravljanja znanjem					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio	Pohađanje nastave	1,4	Istraživanje	0	Praktičan rad	0

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0
	Esej	0	Seminarski rad	3,5	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij	0	Usmeni ispit	2,1	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	0	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Jaganjac. J., Pulić. A., Virije- vić-Jovanović., S., Handžić. M., Radovanović. L. (2018). Strateško upravljanje intelektualnim kapitalom i znanjem. Sveučilište/Univerzitet „Vitez,, Vitez	14				
Dopunska literatura	North.K. (2008)..Upravljanje znanjem. Naklada Slap. Jastrebarsko Niven Paul R.(2007). Balanced scorecard. Masmedia.Zagreb Weber L. (2009), Marketing to the Social Web – How Digital Customer Communities Build Your Business. Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.s, New Jersey Virije- vić-Jovanović S. (2015), Brend menadžment, Čigoja, Beograd Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2015). Management Information Systems. 14th edition. New Jersey: Pearson Education, Upper Saddler River. Pulić, A. (2000): VAIC: an accounting tool for IC management. Available at: www.vaic-on.net					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Teorija cijena		
NIVO STUDIJA	Magistarski studij		
Šifra predmeta	5.2.4.ME12	Godina studija	I/II
Nositelj/i predmeta	Prof dr. sc. Edin Arnaut	Bodovna vrijednost (ECTS)	6
Saradnici			
OPIS PREDMETA			
CILJ PREDMETA	Razumjeti tržište kao složeni mehanizam susreta kupaca i prodavaca koji zajednički određuju cijene roba i usluga, te steći znanja i vještine potrebne u procesu poslovnog odlučivanja, kao i u procesu sticanja konkurentske prednosti i povoljnijeg tržišnog pozicioniranja poduzeća u dugoročnom periodu.		
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema		
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	- Dati pregled teorija tržišta i cijena - Objasniti funkcioniranje tržišta - Analiza formiranja cijena u različitim tržišnim stanjima - Upoznavanje sa suvremenim teorijama - Poznavanje osnovnih teorija o Politici cijena - Poznavanje osnovnih teorija vrijednosti - Korištenje dostupne literature vezanu za rješavanje različitih problema ovog predmeta - Razumijevanje značaja ovog predmeta u prepoznavanju monopolskih cijena i negativnih eksternalija, odnosno, različitih problema u praksi		
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Uvod u teoriju tržišta i cijena 2. Funkcioniranje tržišta 3. Cijena kao elemenat tržišne ekonomije 4. Teorije vrijednosti kao osnova za tumačenja cijena 5. Usmjeravanje i utvrđivanje cijena u preduzeću 6. Realne naspram nominalnih cijena 7. Cijena kao element marketinškog spleta i strategije za prilagođavanje cijene 8. Politika cijena i metode utvrđivanja cijena 9. Državna regulacija cijena 10. Tržišne strukture i formiranje cijena 11. Tržište potpune i nepotpune konkurencije (monopol, oligopol i monopolistička konkurencija) 12. Reguliranje monopolskih cijena i negativnih eksternalija		
Vrste izvođenja nastave:	In class Online	Konsultacije	
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada		

3) Polaganje usmenog ispita						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,2	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	3	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	1,8	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	1. Hodžić, K., Čejvanović, F., Kapić, R., Tatić, K.,“ Teorija tržišta i cijena“, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd, Fakultet za poslovni menadžment Mostar, 2009. godina.					
	2. Šuvaković, Đ., Hanić, H., Bisić, M., „Teorija cena“, Izdavač: Ekonomski fakultet, Beograd, Izdanje 2002.					
Dopunska literatura	3. Pindyck, R.S, Rubinfeld, D.L.,Microeconomics, Prentice Hall, 2001.,New York, Mate d.o.o, Zagreb,2005. 4. Pjanić Z, „Teorija cena“, Savremena administracija, Beograd, Izdanje 1978. godina, 5. Bakalar J., „Politika cijena“, Mostar-Sarajevo, 1997. godina					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX – u					

NAZIV PREDMETA	Demografska statistika					
NIVO STUDIJA	Magistarski studij					
Šifra predmeta	5.9.2.ME14	Godina studija			I/II	
Nositelj/i predmeta	Prof.dr.sc. Ibrahim Obhodaš	Bodovna vrijednost (ECTS)			6	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Obučiti studenta da prati, analizira i interpretira sve relevantne činjenice o demografskim karakteristikama jedne države, te da iste kompariraju sa drugim ekonomskim pokazateljima u određenim vremenskim serijama.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Poznavanje osnovnih matematičkih funkcija i metoda, te poznavanje statističkih metoda za predstavljanje i analizu podataka.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	poznavanje o značajima i razvojem statistike stanovništva; primjena statističkih metoda u demografiji stanovništva; primjena demografskih karakteristika jedne države u naučno – istraživačkom radu; tehnikama i načinom prikupljanja, sređivanja i obrade podataka; primjenom statističkih paketa za obradu podataka; načinom prikupljanja, sređivanja i obradi podataka o stanovništvu Bosne i Hercegovine; primjenom i mogućnostima informacionih tehnologija u procesu statističkog istraživanja; primjena demografskih analiza u excel – u; mjerenju uticaja određenih ekonomskih pokazatelja na demografiju stanovništva; primjena metode trenda kod prognoze budućih demografskih kretanja vremenskih nizova.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Predmet, ciljevi i zadaci statističkih istraživanja stanovništva 2 časa 2. Značaj i uloga demografskih karakteristika istraživanja 2 časa 3. Osnovne jedinice istraživanja stanovništva 2 časa 4. Uloga i značaj popisa stanovništva u istraživanju 3 časa 5. Demografska statistika – statistika i demografija 3 časa 6. Statistika Bosne i Hercegovine 2 časa 7. Najznačajnije statističke metode kod istraživanja stanovništva 2 časa 8. Anketni upitnik i značaj demografskog dijela upitnika 2 časa 9. Primjena statističkih informacionih tehnologija u istraživačkom procesu 2 časa					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta						
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS)	Pohađanje nastave	1,2	Istraživanje	0	Praktičan rad	0
	Eksperimentalan rad	0	Referat	0	Ostalo	0

bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej	0	Seminarski rad	3	Ostalo (upisati)	0
	Kolokvij		Usmeni ispit	1,8	Ostalo (upisati)	0
	Pismeni ispit	0	Projekat	0	Ostalo (upisati)	0
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	Newbold P., Carlson W. L.; Thorne B., Statistika za poslovnu ekonomiju, Mate, Zagreb, 2010.	1				
	Doc.dr Darijo Jerković, Doc.dr Ibrahim Obhodaš, Doc. dr Lordan Iličić, UVOD U TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA, Sveučilište Vitez; Vitez 2019.	150				
	Alica Werthwimwe – Baletić, Stanovništvo i razvoj, Mate, Zagreb, 1999.	1				
Dopunska literatura	1. Statističke publikacije BiH: popisi stanovništva, sttistički godišnjaci, vitalna statistika i dr. 2. Serdar, V., 1953: Uvod u statistiku stanovništva; demografska statistika, , Zagreb, Škola knjige, 3. Rančić, M., 1980: Statistika stanovništva, Beograd, Viša škola za primjerenu tehnologiju i informatiku 4. Lučić, B., 1996: Statistika, Sarajevo: Ekonomski fakultet					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)						

NAZIV PREDMETA	Strateške alijanse					
NIVO STUDIJA	Magistarski studij					
Šifra predmeta	5.2.3.ME15	Godina studija			I/II	
Nositelj/i predmeta		Bodovna vrijednost (ECTS)			6	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Cilj je upoznavanjem sa novim svijetom – svijetom ekonomije znanja i novim karakteristikama funkcioniranja suvremenih poduzeća koji upućuju na kvalitetna strateška povezivanja – umrežavanja poduzeća.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	- Dati uvid u kompleksni i uzbudljivi svijet strateških alijansi - Studenti će dobiti odgovore na najznačajnija pitanja iz ove oblasti: kada i zašto koristiti alijanse, u kojim poslovnim situacijama i okruženju daju najbolje rezultate, te kako upravljati alijansama da bi se postavljeni ciljevi ostvarili - Naučiti kakave vrste sukoba u strateškim alijansama postoje i načine za njihovo prevladavanje - Sposobnost formiranja i upravljanja strateškim partnerstvima					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Pojam strateških alijansi 2. Tipologija strateških alijansi 3. Konkurentska sposobnost i strateške alijanse 4. Razvoj i vrste strateških alijansi 5. Upravljanje strateškim alijansama 6. Sukobi u strateškim alijansama i njihovo prevladavanje 7. Transfer znanjau strateškim alijansama 8. Procesna perspektiva strateških alijansi 9. Faktori uspjeha strateških alijansi 10. Društvena odgovornost i etika u strateškim alijansama					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohadanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da	Pohadanje nastave	1,2	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	

ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Esej		Seminarski rad	3	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	1,8	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci	Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo	
	6. Tipurić, D. I Markulin, G. (2007), „Strateški savezi: Suradnjom poduzeća do konkurenstk eprednosti”, II izdanje, Zagreb: SINERGIJA		20			
	7. Popović, N., Jaško, O., &Prokić, S. (2010).Menadžment interorganizacionih odnosa-outsourcing, strateške alijanse, merdžeri i akvizicije. FON. 119-162.					
Dopunska literatura	8. De Man, A. P. (2013). Alliances: An executive guide to designing successful strategic partnerships. John Wiley & Sons. 9. Wallace, R. (2004). Strategic partnerships: an entrepreneur's guide to joint ventures and alliances. Dearborn Trade Publishing.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX – u					

NAZIV PREDMETA	Poslovno pregovaranje
----------------	-----------------------

NIVO STUDIJA	Magistarski studij					
Šifra predmeta	5.2.3.ME16		Godina studija		I/II	
Nositelj/i predmeta	Prof. dr. sc. Darijo Jerković		Bodovna vrijednost (ECTS)		6	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Upoznati se sa zakonitostima i strategijama uspješnog poslovnog pregovaranja te ponuditi alate za pripremu, organizaciju i izvođenje uspješnih poslovnih pregovora.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	- Primjena metoda i principa poslovnog pregovaranja - Analiziranje i sintetiziranje strategija i taktika pregovaranja, organiziranje i vođenje pozicijskih i principijelnih pregovora, - Kritičko procjenjivanje interesa, opcija i kriterija za vođenje uspješnih pregovora, - Vrednovanje pravne i moralne strane pregovora, - Vrednovanje pregovaračkih situacija, - Razumijevanje karakteristika pregovaračkog jezika i stila, - Ocjenjivanje prepreka za uspješno poslovno pregovaranje, - Prepoznavanje i primjena kritičkih vještina pregovaranja.					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Osnove pregovaranja 2. Strategije i metode distributivnog pregovaranja 3. Strategije i metode integrativnog pregovaranja 4. Percepcija, spoznaja i emocija 5. Stjecanje i korištenje moći u pregovaranju 6. Etika i kultura u poslovnom pregovaranju 7. Komunikacijske vještine 8. Individualne razlike 9. Pregovaranje u različitim kulturama 10. Igra u pregovorima – davanje i primanje ustupaka					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio	Pohađanje nastave	1,2	Istraživanje		Praktičan rad	

u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	3	Ostalo (upisati)	
	Kolokvij		Usmeni ispit	1,8	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti 1. Pohađanje nastave: Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 % Interaktivnost 10 bodova.....10 % 2. Seminarski Pismeni dio 30 bodova.....30 % Usmena prezentacija 20 bodova.....20% Ispit 4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 % UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov		Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija	Ostalo
	1. Lewicki R J, Saunders D M, Barry B, Pregovaranje, MATE d.o.o., Zagreb 2006.		3			
Dopunska literatura	2. Tomašević Lišanin Marija: Profesionalna prodaja i pregovaranje, HUPUP, Zagreb, 2010. 3. Cohen, S. Vještine pregovaranja za menadžere i ostale, Mate, 2014. 4. Tomašević Lišanin, M.: Poslovni slučajevi iz prodaje i pregovaranja, HUPUP, Zagreb, 2010.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					

NAZIV PREDMETA

Elektronsko poslovanje

NIVO STUDIJA	Magistarski studij					
Šifra predmeta	5.2.3.ME10		Godina studija		I/II	
Nositelj/i predmeta			Bodovna vrijednost (ECTS)		6	
Saradnici						
OPIS PREDMETA						
CILJ PREDMETA	Stjecanje spoznaja o različitim mogućnostima primjene suvremenih informaciono-komunikacijskih tehnologija u različitim sferama poslovanja.					
Uslovi za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Nema					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (10 ishoda)	- Kritički razmotriti dobre i loše aspekte e-poslovanja - Identificirati i analizirati promjene u društvu i gospodarstvu pod utjecajem informacijske tehnologije - Upoznati se sa principima e-poslovanja i razmjenom podataka - Objasniti e-trgovinu i njene prednosti - Naučiti kako upravljati lancima opskrbe i odnosima s klijentima - Proučiti sisteme plaćanja na Internetu					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave:	1. Digitalna ekonomija i trendovi u elektronskom poslovanju 2. Modeli, infrastruktura i organizacija elektronskog poslovanja 3. Principi elektronskog poslovanja 4. Elektronska razmjena podataka 5. Elektronska trgovina 6. E-nabavke i upravljanje lancima snadbjevanja 7. Sistemi plaćanja na Internetu 8. Upravljanje projektima u elektronskom poslovanju 9. Upravljanje odnosima sa klijentima 10.E-usluge					
Vrste izvođenja nastave:	In class Online		Konsultacije			
Obveze studenta	1) Pohađanje nastave i sudjelovanje u diskusiji na nastavi 2) Učenje, pisanje seminarskog rada 3) Polaganje usmenog ispita					
Praćenje rada studenata (upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta):	Pohađanje nastave	1,2	Istraživanje		Praktičan rad	
	Eksperimentalan rad		Referat		Ostalo	
	Esej		Seminarski rad	3	Ostalo (upisati)	

	Kolokvij		Usmeni ispit	1,8	Ostalo (upisati)	
	Pismeni ispit		Projekat		Ostalo (upisati)	
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Predispitne aktivnosti					
	1. Pohađanje nastave:					
	Prisustvo predavanjima 10 bodova.....10 %					
	Interaktivnost 10 bodova.....10 %					
	2. Seminarski					
	Pismeni dio 30 bodova.....30 %					
	Usmena prezentacija 20 bodova.....20%					
	Ispit					
	4. Usmeni ispit 30 bodova.....30 %					
	UKUPNO.....100 %					
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u biblioteci		Dostupnost putem ostalih medija		Ostalo
	1. Radenković, B, Despotović-Zrakić, M., Bogdanović, Z., Barać, D., Labus, A., Elektronsko poslovanje, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2015.					
Dopunska literatura	2. Latinović, B., Elektronsko poslovanje, prvo izdanje, Panevropski Univerzitet Apeiron, Fakultet poslovne informatike, Art-Print, Banja Luka, 2007.					
	3. Milosavljević, M., Mišković, V., Elektronska trgovina, prvo izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.					
	4. Bijelić, P., Elektronsko trgovanje; Elektronsko poslovanje u međunarodnoj ekonomiji, elektronsko izdanje, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 2000.					
Ostalo(prema mišljenju predlagatelja)	Nastavni materijali: raspoloživi na IUSBAX - u					