

**UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA**

**Knjiga predmeta II ciklusa studija:
Menadžment**

Predsjedavajući senata

Prof.dr Žarko Pavić, rektor

Banja Luka, decembar 2011. godine

1.1.1 Lista predmeta

r.b.	šifra	Predmet	vrsta	1. semestar		2. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-MOP	Menadžment organizacionih promjena	O	2	2			6
2	E-SRR	Strateško upravljanje rastom i razvojem	O	2	2			6
3		Izborni predmet studijskog programa	IS	2	2			6
4		Izborni predmet studijskog programa	IS	2	2			6
5		Izborni predmet studijskog programa	IS	2	2			5
6		Ostali izborni predmeti	IO			2	2	6
7		Ostali izborni predmeti	IO			2	2	5
	E-MAST	Završni - master rad	O			16		20
		UKUPNO časova sedmično/ECTS		20		24		60

Legenda: O - obavezan predmet; IS - izborni predmet studijskog programa, IO - ostali izborni predmeti

r.b.	šifra	Izborni predmet studijskog programa Menadžment:
1	E-DIO	Dizajniranje organizacije
2	E-MVJ	Menadžerske vještine
3	E-TUR	Menadžment u turizmu
4	E-TRŠ	Menadžment troškova
5	E-MDS	Međunarodni menadžment

r.b.	šifra	Ostali izborni predmeti:
1	E-NIR	Metodologija NIR
2	E-RES	Restrukturiranje preduzeća
3	E-VIR	Virtualna ekonomija
4	E-KRZ	Krizni menadžment
5	E-SIM	Menadžerske simulacione igre
6	E-KLS	Klasteri i konkurentnost
7	E-PPR	Poslovno pregovaranje
8	E-KOM	Kompensacioni menadžment

1.1.2 Silabusi predmeta

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Menadžment organizacionih promjena		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Obavezan (studijski program Menadžment)		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Pružiti studentima uvid u prirodu i karakter organizacionih promjena; omogućiti studentima sticanje fundamentalnih teorijskih i praktičnih znanja iz oblasti upravljanja organizacionim promjenama; teorijski i praktično osposobiti studente za njihovo buduće, uspješno uključivanje u poslovnu praksu i za efikasno upravljanje organizacionim promjenama.			
Ishod predmeta			
Razumevanje prirode i značaja organizacionih promjena; poznavanje ključnih perspektiva i teorija organizacionih promjena; poznavanje sadržaja i modela upravljanja organizacionim promjenama, odnosno ključnih aktivnosti menadžera u tom procesu; teorijska i praktična osposobljenost za uspješno uključivanje u poslovnu praksu i za efikasno upravljanje organizacionim promjenama.			
Sadržaj predmeta			
Klasifikacija perspektiva i teorija organizacionih promjena, Organizacioni razvoj, Strateške promjene organizacije, Propadanje, zaokret i smanjivanje organizacije, Životni ciklus organizacije, Iniciranje promjena, Dijagnoza stanja organizacije i uzroka promjena, Kreiranje vizije i planiranje nove organizacije, Planiranje i organizovanje procesa promjena, Motivisanje za promjene, Sprovođenje promjena, Upravljanje strukturom moći i političkim procesima, Upravljanje personalnom tranzicijom zaposlenih, Zamrzavanje promena			
Literatura			
Nebojša Janićijević, „Upravljanje organizacionim promjenama“, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2007.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: DA
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, interaktivni oblici nastave, analiza slučajeva, individualni i grupni projekti.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad	15	Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i			
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Strateško upravljanje rastom i razvojem		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Obavezan (studijski program Menadžment)		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Sticanje teorijskih i praktičnih znanja i sposobnosti u oblasti upravljanja rastom i razvojem preduzeća; upoznavanje sa procesom formulisanja i implementacije strategija rasta i razvoja preduzeća; upoznavanje mogućih strategijskih opcija rasta i razvoja preduzeća; sagledavanje strategije rasta preduzeća u uslovima izlaska na međunarodno tržište.			
Ishod predmeta			
Identifikovanje mogućnosti i ograničenja za uspješan rast i razvoj preduzeća s obzirom na faktore koji djeluju iz eksternog i internog okruženja, analiza, izbor i implementacija odgovarajućih strategija rasta i razvoja preduzeća, donošenje optimalnih menadžerskih odluka prilikom izbora strategija rasta, alokacija strategijski značajnih resursa radi obezbeđenja rasta i razvoja, efikasno rješavanje problema vezanih za upravljanje preduzećem.			
Sadržaj predmeta			
<i>Teorijska nastava:</i>			
Teorijsko-metodološki problemi rasta i razvoja preduzeća; faze rasta i razvoja preduzeća; planiranje rasta preduzeća; motivi i faktori rasta preduzeća; izbor pravca i metoda rasta; strategije rasta, strategije stabilnosti, strategije smanjivanja (ograničavanja, povlačenja) preduzeća, strategije u međunarodnom poslovanju preduzeća.			
<i>Praktična nastava:</i>			
Analiza mogućnosti i ograničenja u praksi za uspešan rast i razvoj preduzeća; prikupljanje informacija o delovanju eksternih i internih faktora koji utiču na rast preduzeća; identifikovanje i analiziranje različitih strateških opcija rasta i razvoja preduzeća; analiza i rešavanje problema vezanih za upravljanje rastom i razvojem preduzeća u različitim uslovima.			
Literatura			
Senić, R., Upravljanje rastom i razvojem preduzeća, Savremena administracija, Beograd, 1993.			
Đuričin, D., Janošević, S., Strategija i menadžment, Ekonomski fakultet Beograd, 2006.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: -
Metode izvođenja nastave			
Analiza studija slučajeva, diskusija, analiza problema u rastu i razvoju savremenih preduzeća, prezentacije teorijskih i praktičnih rešenja, grupni rad, izlaganje seminarskih radova.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Dizajniranje organizacije		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet studijskog programa Menadžment		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Budući da živimo u vrijeme dimaničke stabilnosti, organizacijskog darvinizma te orijentacije kompanija na core business i outsourcing, uz primjenu mrežne, virtualne i procesne organizacije, cilj ovog kolegija je da upozna studente sa svim relevantnim faktorima organizacije kao i načinima dizajniranja organizacije.			
Ishod predmeta			
U predmetu će se izučavati specifičnosti organizacijskih struktura različitih preduzeća i drugih organizacija, a s obzirom na njihovu veličinu, djelatnost, prostornu rasprostranjenost i oblike povezivanja. Studenti će se detaljno upoznati i s načinom projektovanja organizacije.			
Sadržaj predmeta			
1. Pojam i definisanje organizacije 2. Recentni trendovi u organizaciji 3. Faktori dizajniranja organizacije 4. Dizajniranje organizacione strukture 5. Projektovanje organizacije			
Literatura			
Sikavica, P., Novak, M.: Poslovna organizacija; III. izdanje; Informator, Zagreb, 1999., poglavlje: 3. i 4. Sikavica, P.: Modeliranje organizacijske strukture poduzeća, Informator, Zagreb, 1991.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: -
Metode izvođenja nastave			
Pored redovnih predavanja, obrađuju se i aktualne teme kroz učestvovanje studenata na sljedeće načine: seminarski radovi (koji odabranu temu prikazuju na primjeru domaće ili svjetske prakse), poslovni slučajevi (pripremljeni od strane nastavnika ili studenata u saradnji s nastavnikom), prikazi iz strane literature, rasprave i diskusije. U sklopu nastave ići će se u posjetu nekim poduzećima, a takođe ćemo imati i ugledne goste, stručnjake iz prakse.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Menadžerske vještine		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet studijskog programa Menadžment		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Upoznavanje s vještinama, tehnikama i alatima menadžmenta koje savremenim menadžerima stoje na raspolaganju u svrhu poboljšanja njihovih performansi rada, performansi rada pojedinaca i grupa koje su im podređene, te kroz to i cjelokupnog preduzeća.			
Ishod predmeta			
Sadržaj predmeta			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Opšte menadžerske vještine i upravljanje vremenom 2. Umijeće delegiranja 3. Interpersonalne vještine 4. Komunikacijske vještine 5. Vještine pregovaranja 6. Upravljanje grupama 7. Upravljanje sukobima 8. Upravljanje promjenama 9. Upravljanje različitostima 10. Menadžerski sustavi, pristupi, tehnike i alati 11. Međukulturalni menadžment 12. Poslovna i menadžerska etika 13. Društvena odgovornost kompanija 			
Literatura			
Bahtijarević-Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N., <i>Suvremeni menadžment – vještine, sustavi i izazovi</i> , Školska knjiga, Zagreb, 2008.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: DA
Metode izvođenja nastave			
Pored redovitih predavanja, aktualne teme obrađuju se kroz sudjelovanje studenata na sljedeće načine: projektni zadaci, aktivno sudjelovanje u nastavi (rješavanje individualnih i grupnih vježbi, analiza poslovnih slučajeva). Nastava je interaktivna te se podržavaju razgovori i rasprave.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad	15	Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i			
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Menadžment u turizmu		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet studijskog programa Menadžment		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
<p>Osnovni cilj predmeta je da upozna studente sa poslovanjem turističkih i srodnih preduzeća kao što su npr. ona u saobraćaju, trgovini i drugim delatnostima. Težište je stavljeno na upoznavanje studenata sa primjenom opštih principa menadžmenta i marketinga u navedenim preduzećima. Privredna praksa u turizmu kako naše tako i drugih zemalja koje razvijaju turizam kao veoma značajno područje ukupnog ekonomskog i društvenog razvoja traži stručnjake koji će koristiti stečena znanja i imati razvijenu kreativnost za donošenje adekvatnih upravljačkih odluka u svakoj konkretnoj situaciji. U ostvarivanju tog i prethodno navedenih ciljeva ogleda se primarni značaj ovog predmeta.</p>			
Ishod predmeta			
<p>Razvijanje sposobnosti studenata da uočavaju konkretne poslovne probleme i podsticanje na razmišljanje o modalitetima rešavanja takvih problema. Pri tom se polazi od stava da nema univerzalnih niti gotovih rješenja za svaku situaciju u turističkom poslovanju.</p>			
Sadržaj predmeta			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Savremene tendencije u poslovnoj orijentaciji preduzeća u turizmu: (savremene tendencije u uslužnim djelatnostima, karakteristike turističkog tržišta, tendencije u poslovnoj orijentaciji hotelskih i restoranskih preduzeća, tendencije u poslovnoj orijentaciji putničkih agencija, poslovno povezivanje. 2. Poslovne operacije i uslužni program preduzeća u turizmu (opripremanje i državanje uslužnih programa hotelskih i restoranskih preduzeća, priprema i održavanje uslužnog programa putničkih agencija, prodaja uslužnog programa preduzeća u turizmu). 3. Važna područja upravljanja preduzećem u turizmu (upravljanje organizacionom strukturom preduzeća u turizmu, upravljanje ljudskim resursima, upravljanje finansijskim operacijama, najvažniji koncepti upravljanja kvalitetom, kontrola poslovnih aktivnosti preduzeća u turizmu, strategijsko prilagođavanje preduzeća perspektivnim tržišnim tendencijama u turizmu. 			
Literatura			
Krunoslav Čačić: Poslovanje preduzeća u turizmu, Ekonomski fakultet Beograd, 2005.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad:-
Metode izvođenja nastave			
<p>Ukupan rad se ostvaruje kroz časove predavanja i vježbi, odnosno kroz jedinstvene blokove koji omogućavaju izvođenje raznovrsnijih oblika nastave. To uključuje studije slučajeva, prezentacije studentskih radova, posjete stručnjaka iz odgovarajućih turističkih institucija i organizacija i odlazak u preduzeća turističke privrede.</p>			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Menadžment troškova		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet studijskog programa Menadžment		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Ovladavanje procesima i metodama upravljanja troškovima, kriterijumima donošenja menadžerskih odluka o troškovima, kao i načinima aktiviranja rezervi u troškovima radi povećanja profita preduzeća.			
Ishod predmeta			
Kompetencije koje se odnose na uspešno menadžersko upravljanje troškovima organizacije.			
Sadržaj predmeta			
<i>Teorijska nastava</i>			
Proces upravljanja troškovima preduzeća.			
Strategijski pristup menadžmentu troškova.			
Proces planiranja troškova.			
Standardizacija direktnih i indirektnih troškova– fleksibilni plan troškova.			
Metodi razgraničavanja relativno-fiksni troškova.			
Donošenje menadžerskih odluka na bazi graničnih troškova.			
Kontrola troškova - preventivna i korektivna kontrola troškova.			
Utvrđivanje i aktiviranje rezervi u troškovima.			
Novi koncept i praksa menadžerskog upravljanja troškovima po aktivnostima.			
Primena metoda simulacije u planiranju i kontroli troškova.			
Informaciona podrška planiranju i kontroli troškova.			
<i>Praktična nastava:</i>			
Časovi vežbi prate sadržaj i strukturu predavanja i uključuju: analizu slučajeva iz prakse, primenu metoda razgraničavanja relativno-fiksni troškova, kalkulaciju troškova, kreativne radionice.			
Literatura			
dr Bojan Ilić, dr Vesna Milićević, “Menadžment troškova - strategijski okvir”, FON Beograd 2009. godina			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad:-
Metode izvođenja nastave			
Predavanja uz učešće studenata u interaktivnoj nastavi, prezentacija primera iz prakse, studije slučajeva, kreativne radionice, vežbe rešavanja konkretnih menadžerskih problema u procesu upravljanja troškovima, konsultacije u procesu izrade seminarskih radova.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Međunarodni menadžment		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet studijskog programa Menadžment		
Broj ECTS:	6		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Sticanje znanja o posebnostima međunarodnog menadžmenta uključujući razumijevanje strateških i strukturalnih faktora međunarodnih korporacija.			
Ishod predmeta			
Upoznavanje studenata s potrebnim menadžerskim znanjima i vještinama za uspješno upravljanje i vođenje organizacija u međunarodnim poslovnim uslovima, s naglaskom na razumijevanje društvenih i kulturoloških utjecaja i razlika na međunarodni menadžment.			
Sadržaj predmeta			
1. Međunarodno poslovno okruženje 2. Određenje međunarodnog menadžmenta 3. Kulturološki kontekst za međunarodni menadžment 4. Međunarodni strateški menadžment 5. Dizajniranje organizacije i kontrola za međunarodno poslovanje 6. Međunarodni menadžment ljudskih potencijala 7. Globalni menadžer 8. Etički izazovi i društvena odgovornost u međunarodnom poslovanju 9. Izazovi budućeg razvoja međunarodnog menadžmenta			
Literatura			
Vesna Milićević, Međunarodni menadžment–novije tendencije, Fakultet organizacionih nauka, Beograd 2006 Hodgetts, R. M., Luthans, F.: International Management – Culture, Strategy and Behavior, Fourth edition, Irwin, McGraw-Hill, NY, 2000. Gannon, M. J., Newman, K. L. (eds.): The Blackwell Handbook of Cross-Cultural Management, Blackwell, Oxford, 2001.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad:-
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, vježbe, pisani radovi i rješavanje poslovnih slučajeva (grupni i individualni rad), blic provjere znanja u toku nastave.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Metodologija naučno-istraživačkog rada		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ¹		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Cilj predmeta je osposobiti studenta za samostalni i grupni istraživački rad kao i za izradu naučno-istraživačkog rada. Student se upoznaje sa teorijskim karakteristikama i praktičnim implikacijama raspoloživih istraživačkih pristupa u poslovnim i društvenim naukama. Detaljno se razvija sistem statističkog rezimiranja i priučavanje zavisnosti, što znači savladavanje metoda multivariatne analize i osposobljenost studenta za samostalnu upotrebu dobijenog znanja.			
Ishod predmeta			
Samostalna priprema plana istraživanja i izvedba svih koraka u istraživačkom procesu. Samostalna upotreba raspoloživih istraživačkih postupaka u društvenim naukama. Samostalna priprema i testiranje anketnog upitnika. Produbljenje znanja o statističkom zaključivanju i analizi zavisnosti, kao i dobijanje znanja sa područja multivariatne analize i drugih naprednih statističkih metoda, koje se upotrebljavaju u poslovnim naukama.			
Sadržaj predmeta			
Teorija i praksa mjerenja u društvenim naukama; Anketno istraživanje; Posmatračke studije; Eksperimentalno istraživanje; Istraživački „Case Study“; Analiza zavisnosti (jednostavna i multipla linearna regresija, asocijacija i kontigencija); Analiza vremenskih vrsta (trend, periodičnost); Metod multivarijantne analize (priprema podataka, metoda glavnih komponenti, faktorska analiza).			
Literatura			
1. Zelenika, Ratko. 2000. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci.			
2. Filipović, Muhamed. 2004. Metodologija znanosti i znanstvenog rada. Sarajevo: Svjetlost.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: DA
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, vježbe, pisani radovi i rješavanje poslovnih slučajeva (grupni i individualni rad), samostalni istraživački rad.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni	50
Istraživački rad	20	Usmeni	
Kolokvijum-i	20	
Seminar-i			
Drugo			

¹ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Restrukturiranje preduzeća		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ²		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Izučavanje potreba za realizacijom poslovnog restrukturiranja u cilju efikasnijeg korporativnog upravljanja, kreiranja dodate vrednosti za vlasnike preduzeća i poboljšanja poslovnih performansi; Upoznavanje studenata sa osnovnim karakteristikama tržišta korporativne kontrole; Analiza primene i vrednovanja alternativnih tehnika poslovnog restrukturiranja; Izučavanje specifičnosti finansiranja merdžera i akvizicija i specifičnosti restrukturiranja preduzeća u krizi; Izučavanje poreskog i računovodstvenog tretmana restrukturiranja preduzeća.			
Ishod predmeta			
Sticanje veština za izbor i primenu tehnika poslovnog restrukturiranja; Ovladavanje instrumentima za ocenu potrebe restrukturiranja preduzeća; Osposobljavanje studenata za donošenje odluke o izboru optimalnih mera za prevladavanje krize u poslovanju preduzeća; Sticanje znanja o poreskom i računovodstveno-bilansnom tretmanu transakcija restrukturiranja.			
Sadržaj predmeta			
I Korporativno upravljanje i restrukturiranje preduzeća II Poslovno restrukturiranje III Finansijsko restrukturiranje IV Restrukturiranje preduzeća u krizi V Finansijska ocena i finansiranje restrukturiranja VI Pravni okvir primene tehnika restrukturiranja VII Poreski i računovodstveni aspekti restrukturiranja			
Literatura			
P. Gogan (2004), Integracije, akvizicije i restrukturiranje korporacija, Prometej, NoviSad			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: /
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, vježbe, pisani radovi i rješavanje poslovnih slučajeva (grupni i individualni rad), samostalni istraživački rad.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

² Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Virtualna ekonomija		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ³		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Kolegij je namijenjen upoznavanju studenata s uslovima i zakonima koji vladaju u novoj Virtualnoj ekonomiji. Sadržaj ovog kolegija zamišljen je kao proučavanje i analiza virtualne ekonomije s aspekta resursa uključenih u proces privređivanja. Za razliku od tradicionalne ekonomije u kojoj su dominantni resursi bili fizički kapital (zemlja, tvornice i oprema), fizički rad (manualnih radnika) i finansijski kapital (novac), poslovanje u virtualnoj ekonomiji prvenstveno se temelji na neopipljivoj imovini.			
Ishod predmeta			
Upoznavanje studenta sa poslovanjem globalno umreženih preduzeća. Fizički prostor zamijenjen je virtualnim, a dodana vrijednost koju globalno umrežena preduzeća danas u poslovnom procesu stvaraju proizlazi prvenstveno iz znanja, sposobnosti i vještina ljudi koji su zaposleni u preduzeću ili sa njim sarađuju kao poslovni partneri ili vanjski saradnici.			
Sadržaj predmeta			
1. Definisane virtualne ekonomije 2. Uslovi koji su doveli do nastanka virtualne ekonomije 3. Redefinisane procesa proizvodnje 4. Virtualni prostor kao mjesto odvijanja poslovanja 5. Telework – novi oblik rada 6. Intelektualni kapital 7. Novi resursi poslovanja 8. Organizacija kao faktor proizvodnje 9. Umrežavanje kao nužna paradigma virtualne ekonomije 10. Virtualna ekonomija i država			
Literatura			
Lazibat, T. i Kolaković, M.: «Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije», Sinergija, Zagreb, 2004 Ridderstrahle, J. i Nordstrom, K. A.: "Karaoke kapitalizam", DIFFERO; Zagreb, 2004.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: DA
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, razrada slučajeva iz poslovne prakse, radionice, izrada i prezentacija vlastitih projekata studenata, seminari.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni	50
Istraživački rad	20	Usmeni	
Kolokvijum-i	20	
Seminar-i			
Drugo			

³ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Studijski program:	Menadžment		
Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Krizni menadžment		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ⁴		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Razumijevanje poslovne krize kao faze u razvoju preduzeća. Sticanje znanja o vrstama, simptomima i procesu poslovne krize. Sticanje specifičnih znanja o instrumentima preventivnog djelovanja, identifikacije te reaktivnog upravljanja poslovnim krizom. Upoznavanje sa mogućnostima operativnog i strategijskog obnavljanja poduzeća.			
Ishod predmeta			
Osposobljavanje studenata za oblikovanje programa poslovnog preokreta.			
Sadržaj predmeta			
1. Uvod u poslovnu krizu 2. Proces upravljanja poslovnim krizom 3. Anticipativno upravljanje poslovnim krizom 4. Identifikacija krize 5. Reaktivno upravljanje krizom 6. Komunikacija u krizi			
Literatura			
Osmanagić Bedenik, N.; Kriza kao šansa: Kroz poslovnu krizu do poslovnog uspjeha, 2. izdanje, Školska knjiga, Zagreb, 2007.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: /
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, seminarska nastava i radovi studenata, studiranje slučajeva iz domaće i strane poslovne prakse.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment
--------------------	------------

⁴ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Menadžerske simulacione igre		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ⁵		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Ciljevi kolegija su upoznavanje studenata sa procesom korištenja simulacijskih igara u edukaciji menadžera, specifičnim područjima primjene simulacijskih igara, procesom razvoja simulacijske igre, te pregled najboljih menadžerskih simulacijskih igara.			
Ishod predmeta			
Osposobljavanje studenata za korišćenje simulacionih igara u specifičnim poslovnim djelatnostima.			
Simulacijske igre koriste se uspješno već duže vrijeme u obrazovanju menadžera, pri čemu se postiže iskustvo koje se kasnije može primijeniti u stvarnom svijetu. Korišćenje simulacijskih igara omogućava eksperimentiranje pri čemu donošenje pogrešnih odluka nema stvarne posljedice. Također, manageri mogu odmah vidjeti posljedice svojih odluka, dok su u stvarnom svijetu posljedice vidljive kroz mnogo duže vrijeme – kada je već kasno.			
Sadržaj predmeta			
1. Uvod u simulacijsko modeliranje i simulacijske igre			
2. Proces korištenja simulacijske igre u obrazovanju menadžera			
3. Karakteristike simulacijskih igara			
4. Korišćenje simulacijskih igara u specifičnim poslovnim djelatnostima			
5. Proces razvoja simulacijskih igara			
6. Budućnost menadžerskih igara			
Literatura			
Elgood, C. (1997). Handbook of Management Games and Simulations. Gower Publishing Company, Hampshire.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: /
Metode izvođenja nastave			
Predavanja, seminarska nastava, vježbe, pisani radovi i rješavanje praktičnih zadataka, individualni rad.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment
--------------------	------------

⁵ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Klasteri i konkurentnost		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ⁶		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta Stjecanje znanja iz područja klastera i konkurentnosti, spoznavanje socijalnog kapitala.			
Ishod predmeta Osposobljavanje studenata za strateško razmišljanje i analizu pomoću klaster pristupa. Razvijanje sposobnosti mjerenja konkurentnosti u potencijalnim klasterima i sposobnosti uporedne evaluacije.			
Sadržaj predmeta 1. Objašnjenje: pojmova klastera i konkurentnosti i značenje klastera za razvoj konkurentnosti zemalja 2. Različita teorijska objašnjenja klastera i konkurentnosti 3. Klaster inicijative i politike podupiranja razvoja klastera 4. Analiza studija slučajeva klastera i njihova utjecaja na konkurentnost: EU, post tranzicione ekonomije i BiH			
Literatura Dragičević, M. (2008), Analiza konkurentnosti i klastera, u pripremi za tisak./dio koji se odnosi na klastere/			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad:/
Metode izvođenja nastave Predavanja, seminari i studije slučajeva			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment
--------------------	------------

⁶ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Nivo studija:	Drugi ciklus studija
Naziv predmeta:	Poslovno pregovaranje
Nastavnik:	
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ⁷
Broj ECTS:	5
Uslov:	-

Cilj predmeta

Kolegij upoznaje studente s programom koji obuhvata sljedeće: kvalitetnu pripremu za pregovore, postavljanje ciljeve pregovora, upravljanje svojim emocijama u teškim pregovorima, upotreba strategija koje pomažu održavanju kvalitetnih odnosa prilikom pregovora te uspješno okončanje pregovora.

Ishod predmeta

Osposobljavanje studenata za uspješno poslovno pregovaranje.

Sadržaj predmeta

1. Definicija pregovaranja.
2. Principi pregovaranja i osnovna pregovaračka pravila.
3. Pregovori unutar grupe ili poslovnog subjekta, pregovori između grupa ili poslovnih subjekata.
4. Identifikacija predmeta pregovora.
5. Planiranje i priprema pregovora. Hijerarhijski pristup.
6. Pregovaračka moć. Povećanje pregovaračke moći.
7. Strategije pregovaranja. Nadmetanje strategija. "Win - lose" i "win – win" pristup.
8. Faktori uspješnih pregovora. Zona pregovora. Davanje i primanje ustupaka.
9. Poslovni protokol. Pregovaračke taktike i izbor efikasne taktike. Vezivanje taktika.
10. Utjecaj međukulturalnih različitosti na pregovore. Uspješan završetak pregovora.
11. Korištenje posrednika i arbitraže u pregovorima.
12. Posebnost pregovora s međunarodnim institucijama.
13. Tehnika pregovaranja u pojedinim karakterističnim poslovnim situacijama.

Literatura

Vukmir, B. (2001): Strategija i taktika pregovaranja, RRiF – plus d.o.o., Zagreb

Broj časova nastave

Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: /	Ostali časovi:
-------------------	---------------	----------------------------	----------------------------------	----------------

Metode izvođenja nastave

Nastava se izvodi putem predavanja i radionica tokom semestra.

Ocjena znanja

Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

Studijski program:	Menadžment
--------------------	------------

⁷ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

Nivo studija:	Drugi ciklus studija		
Naziv predmeta:	Kompenzacioni menadžment		
Nastavnik:			
Status predmeta:	Izborni predmet – grupa ostali izborni predmeti ⁸		
Broj ECTS:	5		
Uslov:	-		
Cilj predmeta			
Kolegij je namijenjen studentima s ciljem da ih upozna s temeljnim aspektima savremenog kompenzacijskog menadžmenta. Na predavanjima će se obraditi osnovna područja bitna za okvirno sagledavanje problematike upravljanja nagrađivanjem kako bi studenti shvatili svu kompleksnost, ali i prednosti efikasno oblikovanog sistema nagrađivanja koji podržava stratešku orijentaciju preduzeća.			
Ishod predmeta			
Sadržaj predmeta			
1. Ciljevi, politika i strategija upravljanja nagrađivanjem. 2. Motivacijski i kompenzacijski karakter plaće. 3. Analiza i opis poslova, procjena poslova. 4. Plaćanje orijentirano učinku. 5. Ocjenjivanje radne uspješnosti 6. Alternativni sustavi stimulativnog nagrađivanja. 7. Nagrađivanje i stimuliranje managera. 8. Beneficije.			
Literatura			
Galetić, L., Pavić, I.: Upravljanje plaćama, RRIF, Zagreb, 1996. Milkovich, G. T., Newman, J.M.: Plaće i modeli nagrađivanja, Masmedia, Zagreb, 2005. Mikovich, C., Milkovich, G. T., Newman, J.M.: Compensation, McGraw-Hill, 2007.			
Broj časova nastave			Ostali časovi:
Predavanja: 30	Vježbe: 30	Drugi oblici nastave: /	Studijski istraživački rad: /
Metode izvođenja nastave			
Nastava se izvodi kroz predavanja i seminare. Za predavanja se koriste prezentacije u power-pointu, timsko rješavanje problemskih zadataka na nastavi te izrada grupnih projekata izvan nastave. Na seminarskoj nastavi se prezentiraju seminari koje su studenti pojedinačno ili grupno izradili u nekom konkretnom poduzeću, ili se rješavaju poslovni slučajevi koje priprema nastavnik odnosno asistent.			
Ocjena znanja			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	5	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i	30	
Seminar-i	15		
Drugo			

⁸ Izborni predmeti iz grupe Ostali izborni predmeti (osam predmeta), na raspolaganju su studentima drugog ciklusa studijskih programa Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing i Ekonomska diplomatija.

1.1.3 Specifikacija završnog rada

Studijski program:	Menadžment
Nivo studija:	Drugi ciklus studija
Naziv predmeta:	Završni – master rad
Nastavnik:	/
Status predmeta:	Završni rad
Broj ECTS:	20
Uslov:	Položeni svi predmeti propisani stud.progr.
Ciljevi završnog rada <p>Da se kod studenta razvije sposobnost uočavanja važnijih i aktuelnih problema iz oblasti savremenog menadžmenta, selekcionisanja i korišćenja savremene literature relevantne za odabranu temu završnog (master) rada, relativno cjelovitog tretmana problema i pojava koje su predmet istraživanja, što podrazumijeva korišćenje stečenih znanja iz teorijskih, metodoloških i primijenjenih naučnih disciplina koje je student izučavao na studijskom programu.</p> <p>Osim toga, student se osposobljava za kritičku analizu složenijih problema iz domena ekonomije i menadžmenta, za korišćenje klasičnih i elektronskih baza podataka, statističkih i drugih izvora podataka koji su relevantni za obradu i analizu proučavanog problema, ali i za primjenu složenijih metoda ekonomsko-statističke analize kao i specifičnih metoda inherentne menadžmentu u istraživanju proučavanih pojava. Cilj rada je da student sam kreira istraživačke instrumente za prikupljanje primarnih podataka ukoliko sekundarni podaci nisu dovoljni za potpuniju analizu problema koji je predmet završnog rada, za produbljeno proučavanje problema, za formulisanje sopstvenih stavova, za izvođenje sintetičkih zaključaka o pročavanim problemima i za rješavanje složenijih problema iz domena menadžmenta.</p>	
Očekivani ishod završnog rada <p>Osposobljenost studenta za:</p> <ol style="list-style-type: none">1. formulisanja i rješavanje složenijih problema iz oblasti ekonomije i menadžmenta;2. kritičku analizu razmatranih problema;3. sagledavanje najvažnijih implikacija mogućih rješenja konkretnog problema;4. samostalno korišćenje naučne i stručne literature i drugih izvora naučnih informacija, uključujući korišćenje tradicionalnih i elektronskih baza podataka;5. samostalno kreiranje adekvatnih instrumenata za prikupljanje originalnih empirijskih podataka, sintetizovanje različitih stavova iz literature, izvođenje odgovarajućih zaključaka i njihovih teorijskih i empirijskih implikacija.	
Sadržaj <p>Završni rad predstavlja samostalan rad studenta, u kome se razmatraju teorijski, metodološki i empirijski aspekti određenog problema koji je predmet istraživanja u završnom radu. Tema i sadržaj završnog (master) rada usaglašeni su sa nivoom i sadržajem studijskog programa. Završni rad predstavlja primjenu znanja stečenih na studijskom programu studija i rezultira u relativno cjelovitom istraživanju odabrane problemske cjeline. Struktura završnog rada je standardizovana i po pravilu obuhvata:</p> <ol style="list-style-type: none">1. predmet i cilj istraživanja,2. značaj istraživanja,3. hipoteze od kojih kandidat polazi u istraživanju,4. strukturu rada,5. tekst pojedinih dijelova rada,6. ostvareni doprinos,7. zaključak u kome se ukratko sumiraju osnovni nalazi,8. priloge koji relevantni za obradu teme i9. spisak korišćene literature.	
Metode izvođenja <p>Završni rad podrazumijeva visok stepen samostalnog rada kandidata uz mentorsku pomoć nastavnika-mentora i članova komisije.</p> <p>U početnoj fazi pripreme završnog rada, studenti imaju 16 časova predavanja u kojima se detaljno upoznaju sa metodikom rada, načinom pripreme dispozicije i razrade teme. U tom bloku časova se</p>	

pravi i metodološki sažetak, neophodan za pristup radu.

Obrana završnog rada je usmena i javna. Organizuje se pred komisijom od tri člana iz reda nastavnika. Uspešno odbranjen rad podrazumijeva sposobnost kandidata da u usmenoj prezentaciji pisanog završnog rada u trajanju od oko 25 minuta uspješno obrazloži ključne postavke i zaključke do kojih je u svom završnom radu došao. Angažovanje studenta za izradu master rada se procjenjuje se na oko 900 časova.

Ocjena znanja

Ocjenjivanje završnog rada i postupak izrade regulisano je Pravilima o diplomiranju – prilog Pravilniku o organizaciji obrazovnog rada – pravila studiranja.