



UNIVERZITET ZA POSLOVNI INŽENJERING I MENADŽMENT
BANJA LUKA
EKONOMSKI FAKULTET
Despota Stefana Lazarevića bb Banja Luka

KNJIGA PREDMETA
PRVOG CIKLUSA STUDIJA
EKONOMSKOG FAKULTETA

Studijski programi:

Menadžment 240 ECTS
Finansije i bankarstvo 240 ECTS
Marketing 240 ECTS
Ekonomska diplomatija 240 ECTS

POSLOVNA MATEMATIKA	1
OSNOVI EKONOMIJE	2
SOCIOLOGIJA	3
INFORMATIKA	4
RAČUNOVODSTVO.....	5
MIKROEKONOMIJA	6
POSLOVNA ETIKA I KOMUNIKACIJA	7
POSLOVNA STATISTIKA	8
ENGLISKI I	9
OSNOVE MENADŽMENTA	10
MAKROEKONOMIJA.....	11
MARKETING.....	13
POSLOVNO PRAVO	14
PREDUZETNIČKA EKONOMIJA	15
MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA	16
MEĐUNARODNA EKONOMIJA.....	17
ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	19
ENGLISKI JEZIK II.....	20
PRAKSA I.....	21
STRATEGIJSKI MENADŽMENT	22
MEĐUNARODNO POSLOVANJE	23
FINANSIJSKI MENADŽMENT	24
MENADŽMENT PROIZVODNJE I SISTEMI KVALITETA	25
PREDUZETNIČKI MENADŽMENT	26
DIGITALNA EKONOMIJA	27
UPRAVLJANJE PROJEKTIMA.....	28
MENADŽMENT USLUGA	29
MENADŽMENT NEPROFITNIH ORGANIZACIJA.....	30
PRAKSA II.....	31
MONETARNE I JAVNE FINANSIJE	32
FINANSIJE	33
REVIZIJA	34
BANKARSKI MENADŽMENT	35
PROCJENA VRIJEDNOSTI PREDUZEĆA	36
MARKETINŠKO KOMUNICIRANJE.....	37
UPRAVLJANJE MARKETINGOM.....	38
PONAŠANJE POTROŠAČA	39
MEĐUNARODNI MARKETING	40
DIPLOMATSKO – KONZULARNO PRAVO	41
SAVREMENI PRIVREDNI SISTEMI	42

MEĐUNARODNO PRIVREDNO PRAVO	43
MEĐUNARODNI ODNOSI I GEOPOLITIKA	45
BIZNIS PLAN.....	46
DIGITALNI MARKETING	47
KORPORATIVNO UPRAVLJANJE	48
POSLOVNO PREGOVARANJE.....	50
PRAKSA III.....	50
EKONOMSKA DIPLOMATIJA	52
OSIGURANJE	53
MENADŽMENT U ZDRAVSTVU I OBRAZOVANJU	54
MERDŽERI I AKVIZICIJE.....	55
MENADŽMENT FINANSIJSKIH RIZIKA	56
MEĐUNARODNO BANKARSTVO	57
ODNOSI S JAVNOŠĆU	58
MARKETING LOGISTIKA.....	59
TEORIJA I POLITIKA MEĐUNARODNE RAZMJENE	60

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Poslovna matematika	1.	obavezan	E-POM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Sagledavanje dijelova i cjeline zakonitosti sadržaja, modela i metoda poslovne matematike u nauci i svakodnevnoj poslovnoj i društvenoj praksi i njihovoj širokoj praktičnoj primjeni.					
Ishod predmeta:	Osposobljenost za korištenje modela i metoda poslovne matematike u rješavanju praktičnih pitanja.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i> vremenska vrijednost novca i njegovo izračunavanje u determinističkim i stohastičkim procesima matematički alati u rješavanju kontinuiranih i diskontinuiranih poslovnih procesa jednokratno i višekratno ulaganje i njihovi efekti višekratne isplate amortizacija zajmova jednokratne i periodične isplate zasnovane na stohastičkim procesima proces konverzija i njihovi efekti</p> <p><i>Praktična nastava</i> rješavanje konkretnih zadataka i studija slučaja iz sadržaja Teorijske nastave</p>					
Literatura:	Branko Trklja, Finansijska matematika, Savremena administracija, Beograd Željko Šain, Aktuarski modeli životnih osiguranja, Ekonomski fakultet, Sarajevo Blagota Lučić, Matematika, Sarajevo – Banja Luka					
Metode izvođenja nastave:	eh katedra 70% diskusije 10% prezentacije 10% kolokvij 10%					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Osnovi ekonomije	1.	obavezan	E-OSE	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Predmet „osnivi ekonomije“ na prvoj godini studija ima za cilj da studentima pruži osnovu ekonomskih pojmova, upozna ih sa suštinom mikro i makroekonomske stvarnosti, suštinom društveno-ekonomske stvarnosti i zakonima savremenog tržišnog privređivanja, što će omogućiti studentima lakše učenje i savladavanje gradiva iz niza ekonomskih predmeta koji se slušaju u narednim semestrima. Na osnovu zadataka i vježbi, studentima se ukazuje na praktičan način značaj teorijskih stavova i zaključaka.					
Ishod predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sticanje opštih znanja o ekonomskim kategorijama i ekonomskim zakonima; ▪ razumijevanje ekonomske oblasti društvenog života na nivou države, preduzeća i pojedinca; ▪ sposobnost organizacije i regulisanja ekonomskih procesa; sposobnost obavljanja ekonomskih poslova u praksi.					
Sadržaj predmeta:	<i>Teorijska nastava</i> Načela ekonomije; Predmet izučavanja ekonomije; Ekonomski metod; Ekonomski sistemi; Tržišna morfologija, Akteri tržišne scene; Tržišne strukture; Troškovi; Formiranje cijena; Ekonomski agregati: mikroekonomski i makroekonomski agregati; Ekonomski odnosi sa inostranstvom. <i>Praktična nastava:</i> Vježbe prate predavanja, pri čemu je naglasak na kvantitativnoj ilustraciji i aktivnosti samih studenata. Na vježbama se provjerava stepen savlađivanja materije, studenti se upoznaju sa primjerima i zadacima koji olakšavaju savlađivanje materije, organizuju se diskusije po pojedinim pitanjima, pri čemu studenti mogu da daju uvodna izlaganja.					
Literatura:	Dašić D, Džombić I., Kovačević Ž., Uvod u ekonomiju, 2009., Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment Mankiv G.,N., Osnovi ekonomije, 2006., Zagreb: Mate d.o.o					
Metode izvođenja nastave:	Cilj predavanja je da se studenti upoznaju sa osnovnim sadržajem ispitne materije, sa najnovijim teorijskim pogledima na određena pitanja, kao i sa mnogobrojnim primjerima iz prakse, a koji ilustruju datu problematiku. Pred svaki test nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata, a na kraju semestra, ako za to postoji potreba, određuju se dodatna dva bloka od po dva školska časa, na kojima nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata iz cjelokupne ponuđene materije.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Sociologija	1.	obavezan	E-SOC	5	2	1
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje sa društveno-humanističkim sadržajima i odrednicama savremenog društva u cilju razumevanja osnovnih i globalnih društvenih porocesa. Pored opštih, fundamentalnih znanja, poseban akcenat je na prenošenju i razvoju praktičnih veština i znanja, kao što je ovladavanje elementarnim metodološkim znanjima za prikupljanje relevantnih društvenih činjenica.					
Ishod predmeta:	Fundamentalna društveno-humanistička znanja o savremenom društvu i početna obučenost za sociometrijska i anketna istraživanja javnog mnjenja metodom upitnika –intervjua.					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska predavanja</p> <p>Program kursa realizuje se kroz petnaest(15) blokova predavanja u petnaest (15) radnih nedelja u jednom semestru, od kojih su prva i poslednja nedelja predviđene za početnu i završnu prezentaciju cilja i rezultata kursa.</p> <p>Predmet sociologije</p> <p>Metodologija socioloških istraživanja</p> <p>Sociološke škole, pravci i teorije.</p> <p>Društvo i pojedinac - Sociološko određenje ličnosti. Vaspitanje. Obrazovanje, učenje na daljinu. Društvene potrebe, slobodno vreme. Savremeni oblici otuđenja. Društvene vrednosti.</p> <p>Društvene grupe - Obeležja, karakteristike, funkcije i klasifikacija. Savremene tendencije i oblici porodice i braka. Seksualnost i lični život. Žene, društvo i ženski pokreti. Sajber grupe i virtualne zajednice.</p> <p>Socijalna stratifikacija – Oblici, kriterijumi, tipovi, savremeni izrazi. Društvena mobilnost - faktori.</p> <p>- Socijalna kontrola - Socijalne zajednice - Država</p> <p>Politička struktura društva - Političke partije, struktura funkcije, klasifikacija, društvena desnica i levica, alternativni pokreti. Nevladine organizacije. Birokratija. Tehnokratija. Korupcija.</p> <p>Masovni mediji i popularna kultura</p> <p>Religija</p> <p>Savremena tipologija globalnih društava – Klasična tipologija, društveno-ekonomske formacije. Savremene tipologije. Predindustrijsko društvo, industrijsko društvo, postindustrijsko društvo, revolucija informacionih tehnologija, umreženo društvo.</p> <p>Globalizacija - Sociološki aspekti planetarnih promena. Redefinisanje shvatanja suvereniteta. Sistem Ujedinjenih nacija. Kosmopolitska nacija. Društvene vrednosti - pogled u budućnost.</p> <p>Praktična nastava:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obuka za istraživanje javnog mnjenja primenom upitnika i izrada grupnih i pojedinačnih projektnih zadataka primenom socioloških metoda. - Obuka za sociometrijska istraživanja. 					
Literatura:	Pantelic-Vujanic S.: Savremena Sociologija, elektronsko izdanje, PIM Univerzitet, Banja Luka, 2010.					
Metode izvođenja nastave:	Kombinovanje ex-catedra i interaktivne nastave, diskusione grupe, seminari, kontrolni testovi.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Informatika	1.	obavezan	E-INF	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Razvijanje sposobnosti studenata za prepoznavanje informacionih oblika i sadržaja, metoda i tehnologije njihova prikupljanja, obrade, diseminacije i čuvanja. Razvijanje sposobnosti za prepoznavanje organizacione arhitekture i integracije informaciono-komunikacione arhitekture i poslovnih procesa. Razvijanje sposobnosti za efikasno iskorištenje informacionih resursa za donošenje poslovnih odluka uz upotrebu informaciono-komunikacione tehnologije. Razumijevanje osnovnih koncepata pri modeliranju i dizajnu informacionih sistema uz primjenu ekonomskih, organizacionih tehnoloških i etičkih postulata.					
Ishod predmeta:	Razvijanje sposobnosti studenata za prepoznavanje informacionih oblika i sadržaja, metoda i tehnologije njihova prikupljanja, obrade, diseminacije i čuvanja.					
Sadržaj predmeta:	<p>Suština, razvoj i primjena informatike i informacionih tehnologija</p> <p>Informacioni resursi</p> <p>Teorijske osnove informacionih sistema</p> <p>Hardver računarskih sistema: organizacija i arhitektura računara</p> <p>Softver računarskih sistema</p> <p>Organizacija i baze podataka</p> <p>Računarske mreže</p> <p>Zaštita računarskih mreža i sigurnost podataka</p> <p>Informacioni sistemi</p> <p>Pravni i organizacioni aspekti informatičke funkcije i informatike u poslovanju i menadžmentu</p> <p>Poslovno i menadžment informisanje</p> <p>Poslovni i menadžment informacioni sistemi</p> <p>Internetom podržano poslovanje i menadžment</p> <p>Elektronsko poslovanje</p> <p>Poslovna inteligencija</p>					
Literatura:	Tanjga, R, 2008, Poslovna informatika, elektronsko izdanje, UPIM Banja Luka; - Tanjga, R, 2008, Poslovna informatika - praktikum, elektronsko izdanje, UPIM Banja Luka					
Metode izvođenja nastave:	predavanja vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Računovodstvo	1.	obavezan	E-RAČ	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj izučavanja ove discipline je da edukuje studente kako bi bolje razumeli: <ul style="list-style-type: none"> • pravila i tehnike biznisa i finansijskih transakcija, • teorijske osnove i metodološke procedure računovodstva, • funkcionalnost i korisnost računovodstvenih informacija u kreiranju upravljačkih i poslovnih odluka. 					
Ishod predmeta:	Osvajanjem ovih znanja studenti će se osposobiti da operativno primenjuju računovodstvene tehnike i procedure, sačinjavaju finansijske izveštaje, prezentiraju odgovarajuće analize i daju kompetentne preporuke. Student će biti osposobljen da samostalno rasuđuje o osnovnim principima finansijskog računovodstva u svakoj od osnovnih menadžerskih funkcija i da priprema odgovarajuće odluke na operativnom i taktičkom nivou.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Ekonomija i računovodstveni informacioni sistemi – Sistem dvojnog računovodstva – Računovodstvene procedure i struktura sistema – Poslovni ciklus – Kontni plan – Računovodstveni tretman imovine i obaveza – Računovodstveni tretman troškova – Računovodstveni tretman prihoda, rashoda i rezultata – Izveštavanje – Međunarodni računovodstveni standardi – Računovodstvena profesija <p><i>Praktična nastava:</i></p> <p>Obuhvata konkretne postupke računovodstvene evidencije, postupke i forme vrednovanja, tehnike evidencije, poznavanje kontnog okvira i sačinjavanja praktično dnevnika, glavne knjige, zaključnog lista i bilansa stanja i bilansa uspeha firme.</p>					
Literatura:	<p>Vukelić, G. (2008), Finansijsko računovodstvo, BBA u Beogradu</p> <p>2. Introduction to financial accounting, Eight Edition, Charles T. Horngren, Gary L. Sundem, John A. Elliott</p> <p>3. Jović, D., Mirović, D., Popović, S. i Radić, S. (2006) Zbirka zadataka iz finansijskog računovodstva, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Mikroekonomija	1.	obavezan	E-MIE	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj izučavanja Mikroekonomijena I godini studija jeste upoznavanje studenata sa: bazičnim ekonomskim pojmovima, ključnim elementima ekonomije, bazičnim ciljevima i principima funkcionisanja preduzeća, mestom i ulogom preduzeća na tržištu, uticajem tržišta i konkurencije na funkcionisanje preduzeća.					
Ishod predmeta:	Očekuje se da će studenti usvojiti bazični kategorijalni aparat ekonomije koji će im služiti za savladavanje kompleksnijih ekonomskih pitanja u procesu funkcionisanja preduzeća. Osim toga, očekuje se da će studenti, kroz praktične seminarske radove (koji podrazumevaju odlazak u preduzeće i suočavanje sa ekonomskom realnošću konkretnog preduzeća), moći da steknu uvid u realna ekonomska zbivanja i pronađu praktičnu primenu stečenih teorijskih znanja.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uvod – teme mikroekonomije ▪ Osnove ponude i potražnje, Tržište ▪ Ponašanje potrošača, Budžetsko ograničenje, Preferencije ▪ Pojedinačna i tržišna potražnja ▪ Izbor u uslovima nesigurnosti ▪ Troškovi, Funkcije troškova ▪ Proizvodnja, Razmjena ▪ Maksimalizacija profita i konkurentna ponuda ▪ Analiza konkurentnih tržišta ▪ Struktura tržišta i konkurentna strategija ▪ Određivanje cijene i tržišna moć ▪ Monopolistička konkurencija i oligopol ▪ Teorija igara ▪ Tržišta faktora proizvodnje ▪ Ulaganja, vrijeme i tržišta kapitala 					
Literatura:	<ul style="list-style-type: none"> • Hal R. Varijan, <i>Mikroekonomija</i>, CID Ekonomski fakultet Beograd, 2014. • Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, <i>Mikroekonomija</i>, Mate do.o. 2005., peto izdanje 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja uz korišćenje video bima i audiovizuelne prezentacije materijala, aktivno učešće studenata (priprema izlaganja o određenim temama uz mentorsku pomoć predmetnog nastavnika); organizovanje radioničkog rada o određenim.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Poslovna etika i komunikacija	1.	obavezan	E-PEK	5	2	1
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata sa osnovnim odrednicama kulture, etike i vođenja organizacije					
Ishod predmeta:	Osposobljenost za primenu znanja iz oblasti kulture, etike i vođenja organizacije u realnim društvenim okolnostima					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pojmovi kulture i etike • Globalna i lokalna kultura • Eelitna i masovna kultura • Korporativna kultura • Korporativni indentitet • Pojam i temeljni principi morala • Korporacije i moral • Poslovni moral • Poslovni bonton • Etički kodeksi • Vođenje organizacije • Rukovođenje i rukovodilac • Retorika • Pposlovni razgovor <p>Praktična nastava: Izrada i odbrana seminarskih radova, diskusione grupe</p>					
Literatura:	<p>Osnovna: Đukić O., Kultura, etika i komunikacije“, Banjaluka, Fakultet za poslovni inženjering i menadžment.</p> <p>Dopunska: Odabrana poglavlja referentne literature</p>					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Poslovna statistika	1.	obavezan	E-POS	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Savladavanje osnovnih statističkih modela i metoda i njihove primjene u poslovanju i upravljanju.					
Ishod predmeta:	Osposobljenost za korištenje modela i metoda poslovne statistike u rješavanju praktičnih pitanja.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i> statistika i statistička istraživanja analiza i sinteza podataka regresiona i korelaciona analiza dinamička analiza i mjerenje evolucije osnovi vjerovatnoće i teorijske distribucije vjerovatnoće teorija i metoda uzoraka i statističko zaključivanje</p> <p><i>Praktična nastava</i> Rješavanje konkretnih zadataka i studija slučaja iz sadržaja Teorijske nastave</p>					
Literatura:	Rabija Komun Kapetanović, Statistika u ekonomiji i menadžmentu, Ekonomski fakultet, Sarajevo Miodrag Lovrić, Jasmin Komić, Stevan Stević, Statistička analiza metodi i primjena, Ekonomski fakultet, Banja Luka					
Metode izvođenja nastave:	Prdavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena		Završni ispit		poena	
Aktivnosti u nastavi	10		Pismeni		50	
Istraživački rad			Usmeni		/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Engleski jezik I	1.	obavezan	E-EJ1	7	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je da studenti ovladaju osnovnim strukturama engleskog jezika, koje će im omogućiti dalje napredovanje u oblasti poslovne i profesionalne komunikacije. Posebna pažnja u nastavi poklanja se jezičkim vještinama, čijim se uvježbavanjem usvajaju i određeni gramatički oblici i pravila neophodna za dalji rad u jeziku.					
Ishod predmeta:	S obzirom da je u pitanju osnovni, odnosno početni kurs, studenti bi po završetku istog trebali biti sposobni za bazično sporazumjevanje na engleskom jeziku. Pozitivan ishod podrazumijeva usvajanje osnovnih gramatičkih struktura i opšteg vokabulara: oslovljavanje, predstavljavanje, geografski pojmovi, osnovni brojevi, redni brojevi, datumi, objekti iz svakodnevnog života, opisivanje prostorija za život i rad, vremenske prilike, praznici, sportovi i druge aktivnosti, oblačenje, školske obaveze, zdravlje.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Grammar</i> <i>Verb to be; Possessive adjectives, Verb to be (questions, negatives); possessive 's</i> <i>Present Simple, Opposite adjectives (old – young...), Verb phrases with help, make, serve, relax, eat out..., Present Simple – practice, Revision of grammar</i> <i>There is /are; How many / much...?, Prepositions of place; some / any; this/ that/ these/ those, Can / can't; could, Was / were; was born; verbs – translate, check, laugh, Past Simple – regular / irregular verbs, Time expressions – last night, yesterday..., Revision of grammar</i> <i>Vocabulary</i> <i>Hello & goodbye; countries, The family; food and drink; In a cafe; prices, A letter from America, Social expressions: I'm sorry, Excuse me?...Leisure activities – dancing, skiing, Revision of vocabulary, Rooms; household goods, Places: cinema, pub... directions! Countries and languages, On the phone, Directory Enquiries, Special occasions – Thanksgiving, Happy birthday! Reading and speaking – George Washington and Margaret Thatcher, Revision of vocabulary</i></p>					
Literatura:	<p>Obavezna - Liz and John Soars, New headway, Oxford University press, 2000. Dodatna - Ljubica P. Mirić V. Gramatika engleskog jezika sa vežbanjima, Beograd:Zavet, 1996. - Popović LJ., Popović M., Gramatika engleskog jezika kroz testove, Beograd: Zavet, 1996. - Michael S., The Good Grammar Book, Cambridge University Press.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se odvija kroz sistem predavanja i vježbi. Na časovima se obrađuje gradivo iz udžbenika, a nastavnik donosi i dodatne materijale kojima se omogućava uvježbavanje i bolje savladavanje predviđenog gradiva. Redovne zadaće i konsultacije, te kontinuiran proces provjeravanja usvojenog putem parcijalnih provjera znanja. Nastava iz jezika je uvijek interaktivna i u toku jednog predavanja, odnosno vježbi, primjenjuje se kombinacija različitih nastavnih metoda kako bi se postigli optimalni rezultati. Studenti će redovno da rade i tzv. case studies, odnosno simulaciju stvarnih poslovnih problema i situacija, gdje će kroz diskusiju i grupni rad diskutovati o problemu i pokušati pronaći rješenje.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Osnove menadžmenta	1.	obavezan	E-OME	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata sa teoretskim i praktičnim znanjima iz oblasti menadžmenta koja postoje od postanka sveta do danas sa posebnim osvrtom na znanja menadžera potrebna u budućnosti. Znanja koja se transferišu su usklađena sa standardima koja figuriraju na fakultetima u svetu (Columbia University, New York University, ...). Stečena znanja treba da posluže studentima, budućim menadžerima, kao putokaz ka uspehu, odnosno kao odgovor na pitanje: Kako uspeti i šta je najvažnije za uspeh u menadžment karijeri?					
Ishod predmeta:	Ishod učenja su kompetencije, znanja, veštine i/ili stavovi, u skladu sa savremeni principima globalnog poslovanja, koje bi student trebalo da stekne tokom određenog perioda učenja. Očekivani ishodi učenja su sticanje znanja iz sledećih oblasti: planiranja, organizovanja, ljudskih resursa, motivacije, komunikacije, timskog rada, liderstva i kontrolisanja. Željeni ishodi učenja su sticanje i sposobnost primene sticanje znanja iz sledećih oblasti: planiranja, organizovanja, ljudskih resursa, motivacije, komunikacije, timskog rada, liderstva i kontrolisanja.					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava Šta su i ko su menadžeri; Šta je menadžment; Teorije menadžmenta - revolucija menadžment misli; Menadžment okruženje; Menadžment planiranje; Menadžment organizovanje; Menadžment, moć autoriteta; Menadžment ljudski resursi; Menadžment promene; Menadžment inovacije i kreativnost; Menadžment vođenje; Menadžment motivacija; Menadžment komunikacija; Menadžment pregovaranje; Menadžment timski rad; Menadžment liderstvo; Menadžment kontrolisanje</p> <p>Praktična nastava: Ikone svetskog biznisa, recepti uspešnih menadžera, analiza slučajeva svetskih kompanija, seminarski radovi</p>					
Literatura:	<p>Inić, B., Menadžment 1, FTB, drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje, Beograd, 2007.</p> <p>Inić, B. Menadžment 2 – 103 ikone svetskog biznisa, B. Inić, Beograd, 2006.</p> <p>Inić, B., Menadžment testovi, FTB, Beograd, 2006.</p> <p>Beteman, Th., Scott, S., Management, Mcgraw-Hill, New York, 2004.</p> <p>Certo, S., Modern Management, Pearson Education, New Jersey, 2003.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Prdavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Makroekonomija	2.	obavezan	E-MAE	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Osnovni cilj makroekonomije je upoznavanje studenata sa osnovnim pojmovima i alatima makroekonomije. Studenti će, na bazi usvojenih i razvijenih vještina, formirati stavove o najvažnijim pitanjima makroekonomskog okruženja što će u znatnoj mjeri omogućiti bolje razumijevanje materije iz svih srodnih predmeta u toku studija.					
Ishod predmeta:	Korišćenje analitičkog pristupa i formalnih modela kojima se objašnjava ravnoteža, kretanje proizvodnje, zaposlenosti, inflacije, kamatnih stopa i drugih makroekonomskih varijabla, omogućava razumevanja tekuće i predviđanje buduće privredne aktivnosti, kao i izbor adekvatne makroekonomske politike. Na taj način studenti stiču nova znanja, jasnije uočavaju tendencije u savremenim privredama, što stvara mogućnosti da se aktivno uključe u rešavanje aktuelnih problema.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uvod u makroekonomiju, predmet i ciljevi izučavanja ▪ Makroekonomske škole ▪ Makroekonomske politike ▪ Monetarna politika ▪ Fiskalna politika ▪ Glavne makroekonomske varijable ▪ BDP, Nezaposlenost, Inflacija ▪ Prirodna stopa nezaposlenosti i Philipsova kriva, Okunov zakon ▪ AS-AD model ▪ Tržište dobara i finansijska tržišta: IS-LM model ▪ Tržište rada ▪ Inflacija, privredna aktivnost i nominalni novčani rast ▪ Potrošnja, štednja, investicije ▪ Štednja, akumulacija kapitala i domaći proizvod ▪ Očekivanja, lična potrošnja i investicije ▪ Otvorena ekonomija – privreda ▪ Tržište dobara u otvorenoj privredi ▪ Monetarna ekspanzija, budžetski deficit, uticaj cijena nafte ▪ Otvorenost tržišta ▪ Devizni kurs, vrste deviznih kurseva, kamatna stopa ▪ Platni bilans ▪ Faktori rizika investiranja u globalnim uslovima ▪ Značaj ekonomske i političke stabilnosti 					
Literatura:	Ivić M., Mitić B., <i>Makroekonomija i globalni izazovi</i> , Univerzitet PIM, Banja Luka, 2016. M. Burda, Č., Viploš, <i>Makroekonomija</i> , CID Ekonomski fakultet Beograd, 2012.					
Metode izvođenja nastave:	Student treba konsultovati obaveznu literaturu. Pored toga, student mora pročitati dvije jedinice iz dopunske literature i sačiniti seminarsku radnju.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						

Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	/
Kolokvijum-i	30		
Seminar-i	10		
Drugo			
Posebna napomena za predmet: Nema			

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Marketing	2.	obavezan	E-MAR	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je upoznavanje sa pojmovima: marketing, tržište, ponašanje potrošača, segmentacija i pozicioniranje, marketing miks. Posebna razrada elemenata marketing miksa u teoriji i praksi kao osnova za upravljanje marketingom.					
Ishod predmeta:	Stečena osnovna znanja, sposobnosti i veštine u analizi tržišta kao i razvoju, primeni i kontroli primene marketing strategija, u domaćem i međunarodnom okruženju.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava:</i> Tržište kao polazište za primenu marketing koncepcije. Ponašanje potrošača i proces odlučivanja u kupovini. Poslovna tržišta i ponašanje poslovnih kupaca u kupovini. Ciljni marketing. Segmentacija tržišta, razvoj profila ciljnih segmenata i pozicioniranje proizvoda. Ekonomski, tehnološki, finansijski i političko-pravni trendovi na tržištu. Sistem interakcije organizacije i okruženja. Pojam i značaj marketinga. Razvoj koncepcije marketinga. Savremeni koncept marketinga. Marketinško istraživanje. Marketing informacioni sistem. Marketing miks. Miks proizvoda. Određivanje karakteristika proizvoda. Životni ciklus proizvoda. Miks cene. Metode određivanja cena. Miks distribucije i prodaje. Razvoj strategija distribucije i prodaje. Miks promocije. Planiranje marketinške komunikacije. Planiranje marketinga. Organizovanje marketinga. Kontrola marketinga. Marketing aktivnosti za primer usluga. Međunarodni marketing. Razvoj aktivnosti marketinga u elektronskom okruženju.</p>					
Obaveze studenta:						
Literatura:	<p>1. Grupa autora, redaktori Boris Tihi, Muris Čičić, Nenad Brkić. 2006. <i>Marketing. Sarajevo</i>: Treće izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Sarajevu</p> <p>Filipović V. Kostić–Stanković M. 2007. <i>Marketing menadžment</i>, Beograd, Fakultet organizacionih nauka</p>					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Poslovno pravo	2.	obavezan	E-POP	5	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznati studente sa osnovama teorije države i prava, osnovama stvarnog i obligacionog prava kao preduslovom da bi mogli usvajati znanja o poslovno-privredno-pravnim radnjama i operacijama.					
Ishod predmeta:	Da studenti sa slušanim i usvojenim gradivom mogu nastaviti dalje studije i po završetku istih kompetentno i odgovorno se uključiti u posao.					
Sadržaj predmeta:	Sadržaj predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Zajedničke karakteristike privrednih društava • Sistemi osnivanja privrednih društava • Atributi privrednih društava • Načela registrovanja privrednih društava • Poslovno punomoćstvo • Prestanak privrednog subjekta • Društvo sa ograničenom odgovornošću- d.o.o. • Komanditno društvo-kd i komanditno društvo na dionice-kdd • Dioničko društvo-dd • Ugovori o prodaji • Međunarodne transportne klauzule i termini koji uređuju pravno-ekonomske odnose u kupoprodaji-incoterms-2000 • Ostali ugovori • Elektronsko poslovanje i pravna regulativa 					
Literatura:	S. Kostadinović, M. Račić, G. Ljubojević, Poslovno pravo, Futura, Novi Sad, 2004. S. Kostadinović, Međunarodno privredno pravo, Ekonomski fakultet, Subotica, 2005.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanje i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Preduzetnička ekonomija	2.	obavezan	E-PRE	5	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Predmet omogućava studentima da shvate ekonomski značaj inovacija i preduzetništva u svim oblicima privrede i društva. Studenti stiču mogućnost da nauče osnovne principe savremenog preduzetništva u ekonomskoj teoriji i praksi. Pored toga studenti treba da spoznaju naučnemetode, modele i tehnike postizanja vrhunskih rezultata kako u privrednim tako i društvenim djelatnostima. U okviru prethodno navedenog, posebni cilj izučavanja su metode poslovnih predviđanja radi efikasnijeg korišćenja postojećih i kreiranja novih resursa.					
Ishod predmeta:	Nakon izučavanja ovog predmeta studenti će steći osnovna znanja o načelima, principima, strategijama i konceptima kreiranja poslovnih poduhvata zasnovanih na inovacijama čija je realizacija povezana s rizicima i neizvjesnošću. Studenti će biti osposobljeni za pronalaženje inovativnih rješenja u savremenom poslovanju primjenjujući ključna znanja iz preduzetničke ekonomije o metodama i tehnikama donošenja ekonomskih odluka u vezi s preduzetničkim poduhvatima. Pri tome posebnu važnost imaju znanja o izvorima inovacija; kreiranju novih poslovnih ideja; preduzetničkim strategijama, politikama i praksama; efikasnijem korišćenju postojećih i kreiranju novih resursa; preduzetničkom intelidžensu i poslovnim predviđanjima.					
Sadržaj predmeta:	Teorija i praksa preduzetništva sa fokusom na ekonomske aspekte preduzetništva; Ključni faktori, vrste i oblici preduzetništva: potrebni i dovoljni uslovi razvoja savremenog preduzetništva; Razvoj preduzetništva i razvoj teorijske misli o preduzetništvu; Novi teorijski pogledi na preduzetništvo i novi oblici preduzetništva; Preduzetnička infrastruktura, preduzetnički ambijent i preduzetnički menadžment; Preduzetničke strategije, preduzetnički duh, kultura i motivacija; Izvori inovacija, preduzetnički intelidžens i konsalting; Preduzetnički inkubatori, tehnološki parkovi, inovacioni centri i druga preduzetnička infrastruktura; Inovativne strukturne promjene velikih i megatrendovi razvoja MSP; Načela i principi međunarodnog i globalnog preduzetništva; Poslovna predviđanja, razvoj kreativne ekonomije i transformacija kapitalističkog u preduzetničko društvo.					
Literatura:	Vukmirović, N. (2012). Preduzetništvo u ekonomskoj teoriji i praksi. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci; Tadin, H.; Dujanić, M.; Deželjin, J.; Vujić, V. (2002). Poduzetnički menadžment, drugo izdanje. Zagreb: Consult; Barinnger, B.; Ireland, R. (2006). Entrepreneurship. USA: University of Central Florida					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	

Kolokvijum-i	30		
Seminar-i	10		
Drugo			
Posebna napomena za predmet: Nema			

Menadžment ljudskih resursa

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment ljudskih resursa	2.	obavezan	E-MLJR	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj nastavnog predmeta je da studenti usvoje znanja o značaju i sadržaju upravljanja ljudskim resursima s aspekta stvaranja uslova za realizaciju strateških ciljeva preduzeća te da se osposobe za kreativan pristup upravljanja i razvoja ljudskih resursa u preduzećima i javnoj upravi. Studenti bi trebalo da shvate: sistemsku i stratešku ulogu menadžmenta ljudskih resursa u organizacijama; njegovu važnost kako za menadžere tako i za zaposlene; zakonske okvire u kojima menadžer može da djeluje; suštinu i značaj analize radnog mjesta, regrutovanja, odabira i uvođenja u posao "pravih ljudi na pravo mjesto"; važnost primjene adekvatnih metoda u procesu razvoja kadrova, praćenja i razvoja karijere, njihovog motivisanja i nagrađivanja; suštinu odnosa sa sindikatima i značaj zaštite zdravlja zaposlenih.					
Ishod predmeta:	Po završetku kursa studenti će biti osposobljeni da primjene koncepte i metode koji se primjenjuju u procesu upravljanja ljudskim resursima tj. da strateški misle i planiraju aktivnosti od procjene i analize radnog mjesta, preko pribavljanja ljudskih resursa, njihove socijalizacije i orijentacije, treninga, razvoja, nagrađivanja i motivisanja kao i da budu upoznati sa ključnim pitanjima bitnima za zaštitu zaposlenih na radnom mjestu i radnim odnosima. Usvojena znanja su aplikativna kako u profitnom tako i u neprofitnom i javnom sektoru.					
Sadržaj predmeta:	<i>Teorijska nastava</i> Pojam menadžmenta ljudskih resursa; Analiza posla; Planiranje; Regrutacija; Selekcija kandidata; Socijalizacija i orijentacija; Ocjenjivanje radne uspješnosti; Razvoj ljudskih resursa; Trening i obrazovanje; Planiranje i razvoj karijere; Nagrađivanje i motivisanje zaposlenih; Zaštita zaposlenih na radu i radni odnosi <i>Praktična nastava</i> Studije slučaja Vježbe Projektni zadatak					
Literatura:	Pržulj Živka: <i>Osnovi menadžmenta ljudskih resursa</i> , Fakultet za poslovni inženjering i menadžment Banja Luka, 2006. (osnovna) Vasić Mile, Kulić Živko: <i>Menadžment ljudskih resursa</i> , ZD, Banja Luka, 2007. (dopunska)					
Metode izvođenja nastave:	Prdavanje i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					

Seminar-i	10		
Drugo			
Posebna napomena za predmet: Nema			

Međunarodna ekonomija

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodna ekonomija	2.	obavezan	E-MDE	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Osposobljavnje studenta za razumjevanje savremene međunarodne ekonomije u uslovima globalizacijskih trendova, a na osnovu poznavanja teorije, analize i politike međunarodne trgovine i finansija. Posebno se naglasak stavlja na probleme razvoja malih otvorenih ekonomija u uslovima međunarodne integracije.					
Ishod predmeta:	Osposobljavnje studenta za razumjevanje savremene međunarodne ekonomije u uslovima globalizacijskih trendova.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predmet međunarodne ekonomije ▪ Savremeni međunarodni ekonomski sistem ▪ Neke odlike svetske privrede ▪ Teorije međunarodne trgovine ▪ Spoljnotrgovinska politika ▪ Politike međunarodne trgovine ▪ Oblici svetske trgovine i saradnje ▪ Instrumenti u međunarodnoj trgovini ▪ Međunarodna finansijska tržišta ▪ Platni bilans i devizni kurs ▪ Eksterna zaduženost – dugovna kriza ▪ Međunarodna ekonomska politika ▪ Regionalne ekonomske integracije ▪ Međunarodne ekonomske integracije 					
Literatura:	<p>Dašić D., <i>Međunarodna ekonomija</i>, PIM Univerzitet, Banja Luka, 2012.</p> <p>P.R. Krugman, M.Obstfeld, <i>Međunarodna ekonomija-teorija i ekonomska politika</i>, Mate d.o.o. 2008.</p> <p>Ivić M., Mitić B., <i>Makroekonomija i globalni izazovi</i>, Univerzitet PIM, Banja Luka, 2016.</p>					
Metode izvođenja nastave:	<i>Nastava se izvodi u obliku predavanja i praktičnih vežbi. Učenje, testovi i konsultacije. Principi: poučavanje – učenje – samoučenje</i>					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	

Istraživački rad		Usmeni	/
Kolokvijum-i	30		
Seminar-i	10		
Drugo			
Posebna napomena za predmet: Nema			

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Istraživanje tržišta	2.	obavezan	E-IST	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Osnovni cilj predmeta je da studenti steknu neophodna znanja i sposobnosti u analitičkom pristupu marketingu					
Ishod predmeta:	Za razliku od ostalih aktivnosti koje se obavljaju u okviru marketinga, rezultat rada istraživača marketinga su isključivo informacije koje služe menadžerima kao podrška u odlučivanju, te se kao ishod učenja smatra da će studenti biti osposobljeni za uključivanje u proces odlučivanja					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i> Istraživanje marketinga kao podrška menadžerima u donošenju odluka; Naučni metod kao osnov istraživanja marketinga; Planiranje istraživanja marketinga; Prikupljanje sekundarnih podataka; Prikupljanje primarnih podataka – metoda ispitivanja posmatranja; Prikupljanje primarnih podataka – metoda posmatranja; Metode mjerenja u istraživanju marketinga; Primjena metoda uzorka i organizovanje prikupljanja primarnih podataka; Analiza prikupljenih podataka – priprema, deskriptivna analiza, definisanje hipoteza; Analiza prikupljenih podataka – analiza jedne, dvije i više varijabli, interpretacija i pisanje izvještaja; Marketing informacijski sistem – MIS; Uticaj nove ekonomije i novih tehnologija na istraživanje marketinga; Etika i istraživanje</p> <p><i>Praktična nastava</i> Pored rada na slučajevima iz prakse i savladavanja tehnika izrade instrumenata za istraživanje tržišta i analize podataka, na vježbama se rade primijenjena istraživanja i to: Predviđanje prodaje i preinvesticiona istraživanja; Istraživanje međunarodnog marketinga; Istraživanje za potrebe segmentacije; Istraživanje vrijednosti benda; Istraživanje za potrebe razvoja novog proizvoda; Istraživanje zadovoljstva potrošača; Istraživanje za potrebe oglašavanja i sl.</p>					
Obaveze studenta:						
Literatura:	<p>Tihi B., Rađenović, B. 2008. <i>Istraživanje marketinga</i>, UPIM, Banjaluka</p> <p>Churchil G.A. Iacobucci D. 2002. <i>Marketing Research Methodological Foundations</i>, 8th edition, South-Western Thomson Learning</p> <p>Marušić M. Vranešević T. 2006. <i>Istraživanje tržišta</i>. VI izdanje, Zagreb: Adeco</p> <p>Hanić H. 2004. <i>Istraživanje tržišta i marketing informacijski sistem</i>, II izdanje, Beograd, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta</p>					
Metode izvođenja nastave:	Teoretski dio kolegija se razvija na predavanjima izlaganjem nastavnika i učešćem studenata u raspravi na bazi pročitane obavezne i dopunske literature. Na vježbama asistent radi sa studentima analize slučajeva iz prakse, podjelom na manje grupe i raspodjelom uloga, raspravom i obavezom studenata da se van nastave individualno i timski pripremaju za finalnu raspravu o svakom slučaju iz prakse, te napišu izvještaje. Isto tako studenti rade domaće zadatke i vrše istraživanja, o čemu se diskutuje na vježbama i izvlače krajnji zaključci					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Engleski jezik II	2.	obavezan	E-EJ2	6	2	1
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predavanja i vježbi iz Engleskog jezika II jeste da se studentima pomogne u usvajanju i korištenju poslovnog vokabulara koji su započeli prethodne godine, s ciljem pripreme sudenata za poslovnu komunikaciju na engleskom jeziku kao i korištenje strane literature u njihovom daljem radu.					
Ishod predmeta:	Ponavljanje i obrada različitih vidova poslovne i profesionalne komunikacije. Kroz različite CASE STUDY slučajeve studenti se osposobljavaju za: poslovno upoznavanje, telefoniranje, ostavljanje poruka, pisanje raznih oblika poslovnih pisama, zakazivanje i organizacija sastanaka, rezervisanje hotelske sobe, naručivanje i primanje narudžbi, prihvatanje i odbijanje poziva, doček klijenata i stranih gostiju, savremeni poslovni trendovi, zabava i snalaženje na poslovnom putu itd.					
Sadržaj predmeta:	<p>Grammar</p> <p>Tenses – present, past, future- revision; WH-questions; a / an with jobs, Present tenses – Present Simple nad Present Continuous, Present Simple – adverbs and expressions of frequency; have/have got, Past tenses – Past Simple nad Past Continuous, Quantity: much/ many; some/ any; a few, a little, a lot of, Verb patterns 1 – want/hope to; enjoy/like doing; looking forward to doing...</p> <p>Revision of grammar, Future intentions – going to and will, Comparative and superlative adjectives, Relative clauses – who/which/that/where, Synonyms and antonyms – lovely, bored, beautiful, interested...</p> <p>Present perfect and Past Simple, Tense revision</p> <p>Vocabulary</p> <p>Countries/ nationalities; Job titles; introducing yourself, Collocations, daily life, In a cafe; prices, days, months, dates; leisure activities, Complain about holiday problems, write telephone message</p> <p>Social expressions: I'm sorry, Excuse me?... food and menu terms – entertaining, ordering a meal</p> <p>Survey of problems at work – adjectives describing problems, Revision of vocabulary, Rooms; household goods; making bookings and checking arrangements, Places: cinema, pub... directions!</p> <p>Travel information; Countries and languages; talking about towns, Money – make money, inherit...</p> <p>Special occasions – Thanksgiving, Happy birthday!, buying and selling, Interviewing for a job</p>					
Literatura:	<p>Obavezna</p> <p>- Silaški N., Đurović T., Engleski za ekonomiste, Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009.</p> <p>- Liz and John Soars, New headway, Oxford University press, 2000.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se odvija kroz sistem predavanja i vježbi. Na časovima se obrađuje gradivo iz udžbenika, a nastavnik donosi i dodatne materijale kojima se omogućava uvježbavanje i bolje savladavanje predviđenog gradiva. Redovne zadaće i konsultacije, te kontinuiran proces provjeravanja usvojenog putem parcijalnih provjera znanja.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Praksa I	2.	obavezan	E-PR1	4	0	3
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta Praksa I je upoznati studenta sa praktičnim primjenama stečenih teorijskih znanja na prvoj godini studija. Osim toga studenti imaju priliku da stiču nove poslovne vještine u konkretnim organizacijama.					
Ishod predmeta:	U okviru predmeta Praksa I se praktično obrađuju nastavne jedinice koje se teorijski izučavaju na prvoj godini studija i to: računi nacionalnog dohotka i proizvoda, potrošnja i investicije, međunarodna razmjena i proizvodnja, novac i poslovno bankarstvo, monetarna politika, politika za rast i stabilnost, strategija ekonomskog razvoja, formulisanje strategije preduzeća i strategije poslovnih jedinica i poslovnih funkcija, predizetnik, menadžer i lider kao nosioci upravljačkog procesa, menadžment prilagođen kulturnoj sredini, proces strategijskog menadžmenta, nivoi strategije, formulisanje strategije tehnološkog razvoja preduzeća, definisanje i cilj planiranja, utvrđivanje ciljeva planiranja, glavna ciljna područja, politike i strategije kao osnovni elementi planskog odlučivanja, programi, planovi i budžeti kao planski dokumenti, definisanje i sadržaj funkcije organizovanja, principi i organizacije rada, analiza i sinteza poslova, organizaciona struktura preduzeća, uloga ljudskog faktora u organizaciji, kadrovska politika preduzeća, planiranje kadrova, projem i obučavanje radnika, napredovanje kadrova u organizaciji, komunikacija u organizaciji kao element funkcije uticaja, motivacija, ponuda, potražnja i tržišta proizvoda, osnove uspješnog poslovnog komuniciranja, oblici i vrste poslovnog komuniciranja, poslovni pregovori i poslovni sastanci, novi mediji i poslovna komunikacija, poslovni razgovori, poslovni sastanak, javni nastup i priredbe, poslovno komuniciranje u prodaji i na šalterskim uslugama, uloga računovodstava u savremenom poslovanju itd.					
Sadržaj predmeta:	Teorijska nastava: (konsultacije) Praktična nastava: (broj časova praktičnog rada: 120)					
Obaveze studenta:						
Literatura:	Cjelokupna literatura predavanja za predmete 1. godine studija.					
Metode izvođenja nastave:	Konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Strategijski menadžment	3.	obavezan	E-STM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	<p>Upoznavanje studenata sa teoretskim i praktičnim znanjima iz oblasti strategijskog menadžmenta sa posebnim osvrtom na znanja menadžera potrebna u budućnosti. Znanja koja se transferišu su usaglašena sa standardima koji figuriraju na prestižnim fakultetima u svetu.</p> <p>Stečena znanja treba da posluže studentima, budućim menadžerima, kao putokaz ka uspehu, odnosno kao odgovor na pitanje: Kako najbrže uočiti šanse i pretnje u okruženju koje se menja munjevito iz dana u dan unapređujući snage i smanjujući slabosti.</p>					
Ishod predmeta:	<p>Ishod učenja su kompetencije, znanja, veštine i/ili stavovi, u skladu sa savremenim principima globalnog poslovanja, koje student stiče tokom određenog perioda učenja.</p> <p>Očekivani ishodi učenja su sticanje znanja iz sledećih oblasti: sposobnost analize internog i eksternog okruženja korišćenjem modernih tehnika, sposobnost kreiranja vizije, misije, ciljeva, strategije, strategijskog izbora, strategijskog menadžmenta ljudskih resursa, liderstva, kontrole..</p>					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava Strategijski menadžment; Strategijska analiza; Strategijske promene u eksternom okruženju; Osmišljavanje i usvajanje strategijske vizije, misije i ciljeva; Interno okruženje; SWOT analiza; Strategijska formulacija; Strategijski izbor; Implementacija strategije; Restruktuiranje; Reorganizacija i procena; Kontrola</p> <p>Praktična nastava: Ikone svetskog biznisa, recepti uspešnih menadžera, analiza slučajeva svetskih kompanija, seminarski radovi</p>					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inić, B., Strategic Management, B. Inić, Beograd, 2006. 2. Inić, B. Menadžment 2 – 103 ikone svetskog biznisa, B. Inić, Beograd, 2006. 3. Inić, B., Kukrika, M., Menadžment znanjem i intelektualnim kapitalom, kako biti konkurentan na globalnom tržištu, FTB, Beograd, 2003. 					
Metode izvođenja nastave:	Ex catedra; interaktivni metod; analiza slučajeva iz prakse, Power Point prezentacije, Stručni filmovi.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodno poslovanje	3.	obavezan	E-MDP	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Predmet „Međunarodno poslovanje“ ima za cilj da studentima pruži teorijska i praktična znanja iz oblasti međunarodnog poslovanja, što će biti dovoljno za uspješno i ispravno donošenje odluka u savremenom globalnom okruženju, obuhvatajući najvažnije aspekte i područja međunarodnog poslovanja. Kroz vježbe na kojima će se analizirati konkretni slučajevi iz privredne prakse, studenti će imati mogućnosti da se uvjere u svoje sposobnosti, da ih provjere i razviju.					
Ishod predmeta:	U sve većoj internacionalizaciji poslovnih aktivnosti i porastu kako klasične spoljnotrgovinske razmjene, tako i novih oblika međunarodnog poslovanja, potrebno je temeljno poznavanje tehnika, organizacije, načina, te oblika međunarodnog trgovinskog poslovanja. Tokom studija, studenti će se upoznati sa alatima i savremenim metodama koje mogu uspješno upotrebljavati u međunarodnom poslovanju.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Globalizacija poslovnih procesa; ▪ Determinante međunarodnog poslovanja; ▪ Subjekti u međunarodnom poslovanju; ▪ Forme međunarodnog poslovanja; ▪ Organizovana međunarodna tržišta; ▪ Elektronska trgovina; ▪ Institucionalizacija svjetske privrede; ▪ Standardi u međunarodnoj trgovini; ▪ Platni promet sa inostranstvom; ▪ Dokumenti u međunarodnom poslovanju; ▪ Arbitražno rješavanje poslovnih sporova; ▪ Poslovno lobiranje. <p><i>Praktična nastava:</i></p> <p>Vježbe prate predavanja, pri čemu je naglasak na kvantitativnoj ilustraciji i aktivnosti samih studenata. Na vježbama se provjerava stepen savlađivanja materije, studenti se upoznaju sa primjerima i zadacima koji olakšavaju savlađivanje materije, organizuju se diskusije po pojedinim pitanjima, pri čemu studenti mogu da daju uvodna izlaganja.</p>					
Literatura:	Džombić I., Međunarodno poslovanje, 2010., Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment Singulinski A., S., Međunarodno poslovanje, 2009., Novi Sad: Pigmalion					
Metode izvođenja nastave:	Cilj predavanja je da se studenti upoznaju sa osnovnim sadržajem ispitne materije, sa najnovijim teorijskim pogledima na određena pitanja, kao i sa mnogobrojnim primjerima iz prakse, a koji ilustruju datu problematiku. Pred svaki test nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata, a na kraju semestra, ako za to postoji potreba, određuju se dodatna dva bloka od po dva školska časa, na kojima nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata iz cjelokupne ponuđene materije.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Finansijski menadžment	3.	obavezan	E-FIM	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je dalje produbljanje i unapređivanje znanja iz oblasti finansija kao i upoznavanje sa mogućim pristupima u procesu donošenja odluka iz domena investiranja. Studenti će se upoznati sa složenim tehnikama ocenjivanja isplativosti investicija i vrijednosnih papira. Takođe studenti će se upoznati sa konceptima optimalne finansijske strukture, dodane vrijednosti i deviznih kurseva.					
Ishod predmeta:	Studenti će biti u prilici da ovladaju znanjima, metodama i tehnikama, koje će im u dinamičnom poslovnom ambijentu biti od koristi prilikom donošenja složenih odluka u domenu upravljanja finansijskim poslovanjem.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uloga finansijskog menadžmenta u uslovima dinamičnog finansijskog okruženja. 2. Tehnike kapitalnog budžetiranja i ocjena investicionih projekata. Rizik i prinos. 3. Procjena vrijednosti vrijednosnih papira. 4. Analiza finansijske strukture i njena optimizacija. 5. Mjerenje rezultata poslovanja kompanija. 6. Osnove međunarodnog finansijskog menadžmenta. <p><i>Praktična nastava</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Izračunavanje sadašnje i buduće vrednosti novca (ukamaćivanje i diskontovanje), 2. Izračun vrednosti investicije na osnovu metode perioda povrata, neto sadašnje vrednosti i IRR, 3. Izračunavanje prinosa i rizičnosti investicija sa posebnim akcentom na beta sistemskom riziku i CAPM metodi, 4. Izračunavanje i postavljanje optimalne finansijske strukture. 5. Mjerenje rezultata poslovanja kompanije – izračun ekonomske i tržišne dodane vrijednosti. 6. Proračunavanje deviznih kurseva i arbitraže. 					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marijana Žiravac Mladenović. 2010. Uvod u poslovne finansije. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment. 2. Brealey, Richard A., Stewart C. Myers and Alan J. Marcus. 2007. Osnove korporativnih financija. Zagreb: Mate. 3. Brigham, Eugene F. and Joel F. Houston. 2004. Fundamentals of Financial Management. Mason: South-Western. 					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i praktičnih vežbi. Prvo se obrade teorijske osnove pojedine teme a zatim se na praktičnim primjerima prikazuje primjenjivost stečenog znanja. Studenti su obavezni da se pripreme za svaku sljedeću temu, uz jasne instrukcije nastavnika. Predavanja su interaktivna.					
Ocenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment proizvodnje i sistemi kvaliteta	3.	obavezan	E-PSK	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata sa specifičnostima menadžmenta proizvodnih preduzeća kao i sa značajem i specifičnostima menadžmenta kvaliteta u savremenim uslovima poslovanja u cilju savladavanja datog znanja i njegove efikasne primene u praksi.					
Ishod predmeta:	Upoznavanje sa specifičnostima menadžmenta proizvodnih preduzeća i značajem i specifičnostima menadžmenta kvaliteta u savremenim uslovima poslovanja.					
Sadržaj predmeta:	<p>Razvoj nauke o upravljanju-njeno mesto i uloga u upravljanju proizvodnjom; Uloga i značaj teorije sistema u menadžmentu proizvodnje; Uloga i značaj organizacije podataka u proizvodnom menadžmentu;</p> <p>Elementi, karakteristike i rezultat procesa proizvodnje u industrijskim sistemima;</p> <p>Struktura industrijskih sistema i njeni elementi;</p> <p>Marketing kao funkcija koja obezbeđuje ulazne elemente za proizvodnu funkciju;</p> <p>Karakteristika politike upravljanja proizvodnjom;</p> <p>Svrha funkcije materijalnog obezbeđenja u u upravljanju proizvodnjom;</p> <p>Karakteristike upravljanja optimalnom količinom zaliha;</p> <p>Glavne odlike terminiranja proizvodnje;</p> <p>Problem upravljanja proizvodnjom;</p> <p>Uloga strategijskog menadžmenta u podršci proizvodnoj funkciji;</p> <p>Značaj menadžmenta kvaliteta;</p> <p>Motivi za unapređenje kvaliteta;</p> <p>Usmeravanje prema kupcima kao princip menadžmenta kvaliteta</p> <p>Procesni prilaz kao princip menadžmenta kvaliteta;</p> <p>Odlučivanje na osnovu činjenica kao princip menadžmenta kvaliteta;</p> <p>Sistem menadžmenta kvaliteta ISO 9000;</p> <p>Uloga i značaj poslovnika u sistemu kvaliteta ISO 9001:2000;</p>					
Literatura:	<p>Sorak, M., Menadžment proizvodnje, PIM, Banja Luka 2008.</p> <p>Sorak, M., Savremeni sistemi kvaliteta, PIM, Banja Luka, 2008.</p>					
Metode izvođenja nastave:	predavanja, diskusija o predmetnim temama, usmeni ispit					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Preduzetnički menadžment	3.	obavezan	E-PRM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Sticanje i proširenje znanja iz oblasti preduzetničkog menadžmenta, odnosno upoznavanje studenata sa teoretskim i praktičnim znanjima iz oblasti preduzetničkog menadžmenta, koja postoje od postanka sveta do danas, sa posebnim osvrtom na znanja menadžera potrebna u budućnosti. Znanja koja se transferišu usglášena su sa standardima koji figuriraju na fakultetima u svetu (Columbia University, New York University, ...).					
Ishod predmeta:	Osposobljavanje studenata za rad u preduzetničkim kompanijama, na bazi pravila svetskog tržišta, u skladu sa savremeni principima globalnog tržišta, odnosno kompetencije, znanja, veštine i/ili stavovi, u skladu sa savremenim principima preduzetničkog poslovanja koje bi student trebalo da stekne tokom određenog perioda učenja. Željeni ishodi učenja su sticanje i sposobnost primene stečenih znanja iz oblasti preduzetništva, inovacija, promena, kreativnosti, preduzetnilkih strategija, odlučivanja...					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <p>Teorijska nastava</p> <p>1. PREDUZETNIK I PREDUZETNIŠTVO, Preduzetnik, Čemu teže preduzetnici, Kako motivišu preduzetnici, Osobine preduzetnika, Preduzetništvo, Deset najvećih mitova preduzetništva, Savremene teorije (koncepti) preduzetništva, Talasi preduzetništva, Značaj i prednosti poduzetništva, Korporacijsko i unutrašnje preduzetništvo, Prednosti i mane preduzetništva, Žensko preduzetništvo, Porodično preduzetništvo</p> <p>2. PREDUZETNIČKE STRATEGIJE</p> <p>3. ODLUČIVANJE, Vrste preduzetničkih odluka</p> <p>4. BIZNIS PLAN – USLOV USPEŠNOG PREDUZETNIŠTVA, Determinante za uspešnu izradu biznis plana</p> <p>5. INOVACIJA, Kreativnost - osnova inovacija, Šta je inovacija</p> <p>6. PROMENE, Dominantne sile koje determinišu eksterne promene, Uloga preduzetnika u procesu promena, Otpor prema promenama, Kako efikasno sprovesti promene</p> <p><i>Praktična nastava</i></p> <p>Ikone svetskog biznisa, recepti uspešnih menadžera, analiza slučajeva svetskih kompanija, seminarski radovi</p>					
Literatura:	<p>Inić, B., <i>Strategijski preduzetnički i internacionalni menadžment</i>, B. Inić, Beograd, 2009.</p> <p>Inić, B., <i>Multikulturalizam i preduzetništvo</i>, , Monografija, B. Inić, Beograd, 2007.</p> <p>Inić, B. <i>Menadžment 2 – 103 ikone svetskog biznisa</i>, B. Inić, Beograd, 2006.</p> <p>Baringer, B., Irland, D., <i>Entrepreneurship</i>, Pearson education, Inc, New Jersey, 2006.</p> <p>Paunović, S. <i>Preduzetništvo - od biznis ideje do realizacije</i>, Fakultet za menadžment Univerziteta "Braća Karić", Beograd, 1998.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Ex cathedra; interaktivni metod; analiza slučajeva iz prakse, Power Point prezentacije, Stručni filmovi					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Digitalna ekonomija	3.	obavezan	E-DIE	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija					
Studijski program:	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:						
Cilj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> - Kolegij je namijenjen upoznavanju studenata s uslovima i zakonima koji vladaju u digitalnoj 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:	<ul style="list-style-type: none"> - Upoznavanje studenata s poslovanjem globalno umreženih preduzeća. Fizički prostor zamijenjen je virtualnim, a dodana vrijednost koju globalno umrežena preduzeća danas u poslovnom procesu stvaraju proizilazi prvenstveno iz znanja, sposobnosti i vještina ljudi koji su zaposleni u preduzeću ili sa njim sarađuju kao poslovni partneri ili vanjski saradnici. 					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisanje digitalne ekonomije; 2. Uslovi koji su doveli do nastanka virtualne ekonomije; 3. Redefinisanje procesa proizvodnje; 4. Virtualni prostor kao mjesto odvijanja poslovanja; 5. Telework-novi kapital rada; 6. Intelektualni kapital; 7. Novi resursi poslovanja; 8. Organizacija kao faktor proizvodnje; 9. Umrežavanje kao nužna paradigma virtualne ekonomije; 10. Digitalna ekonomija i država. 					
Literatura:	<ul style="list-style-type: none"> - Lazibat, T. i Kolaković, M.: „Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije“, Sinergija, Zagreb, 2004 - Ridderstrahle, J. i Nordstrom, K.A.: „Karaoke kapitalizam“, DIFFERO; Zagreb, 2004. 					
Metode izvođenja nastave:						
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Upravljanje projektima	3.	obavezan	E-UPP	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata sa ulogom i značajem projektnog rešavanja problema u savremenim uslovima privređivanja kao i sa ulogom i značajem procesa upravljanja projektima, koji bi trebalo da doprinese kako efikasnijoj realizaciji samih projekata, tako i uspešnijem poslovanju i razvoju privrednih subjekata.					
Ishod predmeta:	Sticanje znanja iz oblasti upravljanja projektima, sagledavajući kompleksnu strukturu datog procesa kao i njegov uticaj na poslovni uspeh i razvoj preduzeća u savremenim uslovima poslovanja, u cilju osposobljavanja studenata da dato znanje uspešno primene u praksi.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i> Pojava, karakteristike i značaj upravljanja projektima u savremenim uslovima privređivanja; Preduzetnički aspekt upravljanja projektima- Preduzeće kao ekonomski subjekt, Oblici preduzeća, Kapital kojim preduzeće raspolaže, Strategija preduzeća, Kultura preduzeća, Novčani tok, Pojam, uloga i karakteristike projekta, Projektno orijentisano preduzeće, Projektna organizacija, Projektna kultura, Resursi preduzeća, Karakteristike upravljanja projektom, Vrste projekata, Životni ciklus projekta, Oportunitet projekta, Izvodljivost projekta, Izvršenje projekta, Izvori; marketing aspekti projekta: Analiza ponude, Analiza tražnje, Analiza konkurencije, Moguće marketuing strategije, Prelomna tačka ekonomičnosti, Finansijski aspekt- Finansiranje projekta, Profitabilnost projekta; Izvršni aspekt projekta- Analiza troškova, Analiza strukture i vremena, Alokacija resursa;</p> <p><i>Praktična nastava</i> Savremeno preduzeće-uloga i značaj upravljanja projektima i pomoću projekata; Analiza novčanog toka u preduzeću; Informacije za interesne grupe; Sistem planiranja; Analiza okruženja; Vrednost preduzeća; »Tvrđi« elementi preduzeća, «Meki» elementi preduzeća, Organizacija, Novčani tok, Mnedžment, Stvorena vrednost, Izvodljivost projekta- Analiza Tehničko-tehnološkog dela, Analiza ekonomskog dela- Proizvod, Tržište, Konkurencija, Minimalna prodaja, Kritični faktori proizvodnje, Analiza troškova; Analiza finansijskog dela-Finansijske mogućnosti sponzora projekta, Finansijske mogućnosti projekta, Razvojni aspekti projekta,</p>					
Literatura:	Đuričin, D, Upravljanje (pomoću) projekata, EKonomski fakultet Beograd, 2006.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanje, vežbe, seminarski rad, usmeni ispit					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment usluga	3.	obavezan	E-MUS	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Marketing					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata sa teoretskim i praktičnim znanjima iz oblasti menadžmenta usluga koja postoje od postanka sveta do danas sa posebnim osvrtom na znanja potrebna u budućnosti. Znanja koja se transferišu su usglasaena sa standardima koja figuriraju na fakultetima u svetu (Columbia University, New York University, ...). Stečena znanja treba da posluže studentima, budućim menadžerima, kao putokaz ka uspehu, odnosno kao odgovor na pitanje: Kako uspeti i šta je najvažnije za uspeh u oblasti menadžmenta usluga?					
Ishod predmeta:	Ishod učenja su kompetencije, znanja, veštine i/ili stavovi, u skladu sa savremeni principima uslužnog poslovanja, koje bi student trebalo da stekne tokom određenog perioda učenja iz oblasti menadžmenta usluga.					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava: Definisane, domen i karakteristike usluga, Uslužni menadžment – menadžment uslugama (holistički pristup uslužnom menadžmentu, definisanje i važnost uslužne vizije, misije i ciljeva, (marketing kao atribut uslužnog menadžmenta, menadžment marketing miks usluga), Ponašanje kupaca i proces donošenja odluka, Segmentacija kupaca na tržištu usluga (Diferencijacija usluga i strategije diferencijacije i pozicioniranja), Satisfakcija kupaca, Menadžment očekivanjima kupaca, Koncept razvoja dugoročnih odnosa sa kupcima, Pojam i kreiranje dugoročne vrednosti kupca, Menadžment reklamacijama kupaca, Menadžment razvojem nove usluge, Brend kao deo razvoja usluge, Životni ciklus usluge, Menadžment cena, Menadžment komunikacija usluga, Integrisane komunikacije, Koncept integrisanih menadžment komunikacija, Menadžment ljudima u uslugama, Edukacija zaposlenih i produktivnost, Menadžment uslužnim ambijentom, Menadžment kvaliteta i produktivnosti, Menadžment distribucijom usluga, Menadžment kapacitetima i tražnjom, implementacija i kontrola, Strategijski uslužni menadžment, slučajevi svetskih uslužnih kompanija</p> <p>Praktična nastava: Ikone svetskog biznisa, recepti uspešnih menadžera, analiza slučajeva svetskih kompanija, seminarski radovi</p>					
Literatura:	<p>Inić, B., <i>Menadžment usluga</i>, B. Inić, Beograd, 2010.</p> <p>Senić, R., & Senić, V., <i>Menadžment i marketing usluga</i>, Prizma, Kragujevac, 2008.</p> <p>Kotler, Ph, Keller, K., <i>Marketing Management</i>, Prentice Hall; 13 edition, 2008.</p> <p>Ljubojević, Č., <i>Marketing usluga</i>. Stylos,. Novi Sad, 2002</p> <p>Veljković, S., <i>Marketing usluga</i>. Centar za izdavačku delatnost ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2006.</p> <p>Inić, B. <i>Menadžment 2 – 103 ikone svetskog biznisa</i>, B. Inić, Beograd, 2006.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Ex cathedra; interaktivni metod; analiza slučajeva iz prakse, Power Point prezentacije, Stručni filmovi.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment neprofitnih organizacija	3.	obavezan	E-NEP	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima iz oblasti menadžmenta neprofitnih organizacija (MNPO) kao i sa faktorima koji utječu na planiranje i ostvarivanje organizacione efikasnosti, organizacije obrazovnih programa, pripreme i realizacije projekata, upravljanja ljudskim resursima, informacionim tehnologijama i međunaridnim aspektima NPO kao i zakonskom regulativom.					
Ishod predmeta:	Po završetku kursa studenti će biti osposobljeni da strateški misle i planiraju aktivnosti neprofitnih organizacija, da efikasno upravljaju organizacijom i njenim resursima, da nauče osnovne principe organizovanja obrazovnih programa i događaja, da pripreme i napišu projekat za dobijanje donacija, da upravljaju kadrovima u organizaciji, da upravljaju marketingom NPO, da uspješno koriste informacione tehnologije, da proširuju poslovanje NPO na međunarodnom nivou i da budu upoznati sa zakonskom regulativnom koja definiše ovu materiju.					
Sadržaj predmeta:	<i>Teorijska nastava</i> Uvod u menadžment neprofitnih organizacija Strateško planiranje Ostvarivanje organizacione efikasnosti Organizovanje edukativnih programa Projektni menadžment Upravljanje marketingom Upravljanje ljudskim resursima Informacione tehnologije i menadžment znanja Međunarodni menadžment neprofitnih organizacija Zakonska regulativa <i>Praktična nastava</i> Studije slučaja Vježbe Projektni zadaci					
Literatura:	Vasić dr Mile: <i>Osnovi menadžmenta neprofitnih organizacija</i> , Slobomir P Univerzitet, Slobomir, 2009.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Praksa II	2.	obavezan	E-PR2	4	-	3
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta Praksa II je upoznati studenta sa praktičnim primjenama stečenih teorijskih znanja na prvoj i drugoj godini studija. Osim toga studenti imaju priliku da stiču nove poslovne vještine u konkretnim organizacijama.					
Ishod predmeta:	U okviru predmeta Praksa II se praktično obrađuju nastavne jedinice koje se teorijski izučavaju na prvoj godini studija i to: istraživanje marketinga kao podrška menadžerima u donošenju odluka, planiranje istraživanje marketinga, prikupljanje sekundarnih podataka, prikupljanje primarnih podataka-metode ispitivanja i posmatranja, metode mjerenja u istraživanju marketinga, primjena metoda uzorka i organizovanje prikupljanja primarnih podataka, analiza prikupljenih podataka-priprema, deskriptivna analiza, definisanje hipoteza, marketing informacijski sistemi, predviđanje prodaje i predinvesticiona istraživanja, ciljevi i načela finansiranja, finansijski sistem, vrednovanje akcija i obveznica, odlučivanje o finansiranju preduzeća, struktura kapitala i troškovi kapitala, politika dividendi, oblici finansiranja, različitost investicija, novac i likvidni vrijednosni papiri, potraživanja od kupca, zalihe, tekuće obaveze, devizno tržište, paritetni uslovi u međunarodnim finansijama, upravljanje rizikom, status privrednih subjekata, ugovori u privredi, bankarski poslovi, mjenica, ček, uloga marketinga u tržišnoj ekonomiji, istraživanje tržišnih mogućnosti, selekcija i izbor ciljnog tržišta, elementi marketing miksa, upravljanje marketingom i posebna područja marketinga, itd					
Sadržaj predmeta:	<i>Teorijska nastava:</i> (konsultacije) <i>Praktična nastava:</i> (broj časova praktičnog rada: 120)					
Literatura:	Cjelokupna literatura predavanja za predmete 1. i 2. godine studija.					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi kroz sistem konsultacija i praktičnog rada u konkretnim organizacijama. Zajednički efekat izođenja nastave je zadovoljavanje principa prenošenja znanja kroz: poučavanje-samoučenje. Poučavanje se izvodi u sklopu konsultacija gdje saradnik upoznaje studente sa zadacima na Praksi II i primjenama teoretskih znanja u praktičnim uslovima. Na Praksi II se utvrđuje gradivo kroz zajedničko rješavanje postavljenih zadataka i problema, ponavljanje teoretskih sadržaja potrebnih za Praksu II. Nakon toga studenti dobijaju zadatke i probleme za samostalno rješavanje-sistem samoučenja.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Monetarne i javne finansije	3.	obavezan	E-MJF	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Osnovni cilj predmeta je upoznavanje studenata sa značajem, ulogom i primenom javnih finansija za uspešno funkcionisanje savremene države.					
Ishod predmeta:	Sticanje znanja studenata o mestu i veličini državnih potreba i tehnikama njihovog strukturiranja, merenja i finansiranja. Analitičko razmatranje raspodele dohotka, transfernih programa (socijalnog osiguranja, zdravstvene zaštite i obrazovanja) i ocena efikasnosti javne potrošnje. Ovladavanje znanja o osnovnim vrstama, standardima i ciljevima oporezivanja. Upoznavanje metodologije državnog budžetiranja i ekonomskih efekata budžetskog bilansa. Sagledavanje problematika federalizma u finansijskim i fiskalnim odnosima - raspodela državnih funkcija i državnih sredstava između različitih nivoa vlasti, i fiskalne decentralizacije.					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava</p> <p>I UVODNA RAZMATRANJA (1. Sadržaj i instrumentarij javnih finansija) II JAVNI RASHODI (2. Pojam, uloga i veličina javne ekonomije; 3. Javna dobra; 4. Eksterni efekti; 5. Raspodela dohotka u pogledu efikasnosti i pravičnosti; 6. Transferni programi – socijalno osiguranje nezaposlenih i penzionera, zdravstvena zaštita, obrazovanje; 7. Ocena efikasnosti javne potrošnje korišćenjem analize dobit-trošak) III JAVNI PRIHODI (8. Osnove oporezivanja; 9. Poreski sistem; 10. Sistem doprinosa za socijalno osiguranje; 11. Ostali izvori javnih prihoda; 12. Javni dug) IV BUDŽET I BUDŽETSKI BILANS (13. Budžetski proces; 14. Budžetski suficit i budžetski deficit) V FINANSIJSKO IZRAVNANJE I FISKALNA DECENTRALIZACIJA (15. Državni i lokalni javni rashodi; 16. Državni i lokalni javni prihodi).</p> <p>Praktična nastava: Vežbe, Drugi oblici nastave, Studijski istraživački rad</p>					
Literatura:	Rosen S. Harvey, Javne financije, 5TH, Institut za javne finacije, Zagreb, 1999. Zakoni					
Metode izvođenja nastave:	Ex chatetra predavanja, interaktivni rad u obliku analize studija slučajeva i diskusija, rešavanje problemskih zadataka					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Finansije	2.	obavezan	E-FIN	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj kolegija Poslovne finansije je prvenstveno upoznati studenta sa osnovama moderne teorije poslovnih finansija. Osim toga studenti će pridobiti i osnove za rješavanje finansijskih problema koji nastaju prilikom donošenja odluka o finansiranju kompanije. Nakon tako postavljenih temelja student usvaja metode i oruđa finansijske analize.					
Ishod predmeta:	Studenti će biti u stanju da razumiju, formulišu i rješavaju probleme iz oblasti poslovnih finansija.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mjesto poslovnih finansija u kompaniji, povezanost sa drugim poslovnim funkcijama, 2. Finansijski sistem – okruženje preduzeća, 3. Osnove donošenja odluka o investiranju, 4. Donošenje odluka o finansiranju – dugoročni izvori. 5. Donošenje odluka o finansiranju – kratkoročni izvori. 6. Finansijska struktura i njena cijena. 7. Menadžment obrtnog kapitala – 1. dio (zalihe). 8. Menadžment obrtnog kapitala – 2. dio (potraživanja od kupaca i novac). 9. Osnove finansijske analize. <p><i>Praktična nastava</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Izračunavanje prosječne ponderisane cene finansijske strukture 2. Procjena i optimizacija obrtnog kapitala 3. Vršenje finansijske analize poslovanja 					
Literatura:	Marijana Žiravac Mladenović. 2010. Uvod u poslovne finansije. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment. Prezentacije sa predavanja.					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i praktičnih vežbi. Prvo se obrade teorijske osnove pojedine teme a zatim se na praktičnim primjerima prikazuje primjenjivost stečenog znanja. Studenti su obavezni da se pripreme za svaku sljedeću temu, uz jasne instrukcije nastavnika. Predavanja su interaktivna.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		40		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i						
Drugo: pripreme i zadaće	20					
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Revizija	3.	obavezan	E-REV	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta analiza i revizija poslovanja je da nadgradi osnove analize računovodstvenih bilansa koje su studenti detaljno obradili unutar kolegija Računovodstvo te analize finansijskog poslovanja koju su detaljno obradili unutar kolegija Poslovne finansije, te da upozna studente sa osnovama teorije i izvođenja procesa revizije finansijskih izveštaja.					
Ishod predmeta:	Studenti će biti osposobljeni za samostalno analitičko ocjenjivanje ukupnosti poslovanja poduzeća korištenjem relevantnih pokazatelja. Takođe će poznavati metodologiju obavljanja revizije finansijskih izvještaja i način izvještavanja o realnosti i objektivnosti finansijskih izvještaja, kao i način organizacije revizijske profesije uz poznavanje nacionalna i međunarodna revizijska regulativa.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <p>Pojam bilansa i njegova sadržina, Vrste bilansa, Suština teorija shvatanja bilansa, Latentne rezerve i skriveni gubici, Teorija analize - unutar nastavne jedinice se obrađuju detaljno sledeće teme: Pojama zadaci i predmet analize poslovanja, Svrha analize poslovanja, Uvod u analizu poslovanja i finansijskog izveštavanja, Vrste analize, Mogući okvir za analizu poslovanja. Primenjena analiza -Finansijska analiza: Analiza finansijskih izveštaja, Analiza održavanja realne vrednosti kapitala, Pojam i funkcija revizije, Zakonske obaveze revizora i njegov izvještaj, Ciljevi revizije i elementi procesa revizije, Dokazi i dokumentacija u reviziji, Planiranje revizije i pregled analitičkih postupaka, Materijalnost i rizik, Razumevanje sistema internih kontrola i merenje kontrolnog rizika, Testovi bilansa, Uzorkovanje u reviziji, Kompletiranje revizije, Interna revizija, revizija javnog sektora i revizija poslovanja.</p> <p><i>Praktična nastava</i></p> <p>Analiziranje finansijskih izveštaja.</p>					
Literatura:	<p>Rodić, Jovan i Gordana Vukelić. 2008. Teorija i analiza bilansa. Beograd: Ekonomika.</p> <p>Hayes, Rick, Arnold Schilder, Roger Dassen and Philip Wallage. 2002. Principi revizije-međunarodna perspektiva. Banja Luka: SRRRS.</p> <p>Međunarodni standardi revizije.</p>					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i praktičnih vežbi. Učenje, testovi i konsultacije. Principi: poučavanje – učenje – samoučenje					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta		Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Bankarski menadžment		3.	obavezan	E-BAM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)						
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo						
Uslov:	-						
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je razumijevanje koncepata koji su potrebni za upravljanje bankama, kao finansijskih institucija. Da bi se postigao cilj, uvodni dio predmeta je usmjeren na prikaz banaka kao finansijskih posrednika, a na osnovu toga se razvijaju ključni koncepti menadžmenta rizika, investicija i obaveza u bankama. Paralelno slijedi upoznavanje sa regulativom koja je relevantna za bankarsku djelatnost i ima uticaj na oblikovanje razvojne strategije banke. Zadnji dio predmeta je namijenjen rješavanju pitanja adekvatnih strategija za moderne banke koje danas posluju u visoko konkurentnom i dinamičnom okruženju						
Ishod predmeta:	Razumijevanje koncepata koji su potrebni za upravljanje bankama.						
Sadržaj predmeta:	<p>Uvod u genezu nauke o bankarstvu</p> <p>Bankarske, nebankarske i posredničke finansijske institucije: (Bankarske (depozitne) finansijske institucije i Nebankarske finansijske institucije</p> <p>Komparativni bankarski sistemi i monetarni agregati: Bankarski sistemi u razvijenim tržišnim privredama, Karakteristike monetarne funkcije</p> <p>Regulacija poslovanja banke (osnivanja i poslovanja)</p> <p>Strategija prikupljanja i plasiranja sredstava banke: Depozitni potencijal banke</p> <p>Strategija prikupljanja i plasiranja sredstava banke: Kreditni plasmani banke</p> <p>Osnove menadžmenta rizika u bankama: kreditni rizik, kamatni rizik, tržišni rizici, operativni rizik</p> <p>Strateške performanse banke u poslovanju sa stanovništvom – 1. dio: Poslovi štednje i bankarskih inovacija i trezorski poslovi</p> <p>Strateške performanse banke u poslovanju sa stanovništvom – 2. dio: Platne kartice i elektorsko bankarstvo</p> <p>Upravljanje korporativnim performansama i portfolio performansama banke – 1. dio: Korporativne performanse banke</p> <p>Upravljanje korporativnim performansama i portfolio performansama banke – 2. dio: Kreditni i kamatni portfolio banke (određivanje cijene kredita, alokacija kredita,...)</p> <p>Upravljanje korporativnim performansama i portfolio performansama banke – 3. dio: Investiciono bankarstvo</p> <p>Upravljanje korporativnim performansama i portfolio performansama banke – 4. dio: Platni promet i instrumenti platnog prometa u bankama.</p> <p>Budućnost razvoja bankarskih aktivnosti</p>						
Literatura:	<p>Peterlin, Jožko i Marijana Mladenović. 2007. Finansijski instrumenti i menadžment finansijskih rizika. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment; Erić, Dejan. 2003. Finansijska tržišta i instrumenti. Beograd; Kočović, Jelena i Predrag Šulejić. 2002. Osiguranje. Beograd: Ekonomski fakultet; Zakoni i dodatno gradivo na koje uputi nastavnik/saradnik na predmetu</p>						
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe						
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)							
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50		
Istraživački rad		Usmeni			/		
Kolokvijum-i	30						
Seminar-i	10						
Drugo							
Posebna napomena za predmet: Nema							

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Procjena vrijednosti preduzeća	3.	obavezan	E-PVP	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je da kod studenata razvije znanje o metodama za procjenu vrijednosti preduzeća, kao i praktična znanja za implementaciju tih znanja u svakidašnju korporativnu praksu. Iako je akcenat dat na postupcima i metodama za procjenu, studentima se posebna pažnja skreće upravo na faktore koji utiču na stvaranje i održanje vrijednosti kompanije.					
Ishod predmeta:	Studenti će biti u mogućnosti da razviju i postave metodologiju za procjenu vrijednosti preduzeća, na osnovu koje će prikupiti i analizirati potrebne podatke koje će upotrijebiti uz izabranu metodu procjene za vršenje procjene i formiranje izvještaja o procjeni.					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u valuaciju 2. Valuacija diskontovanjem novčanog toka (procjena diskontnih stopa, mjerenje novčanih tokova, predviđanje novčanih tokova) 3. Drugi modeli u procjeni vrijednosti preduzeća: prinosni pristup, tržišni pristup, troškovni pristup 4. Nepreciznosti u valuaciji 5. Gotovina, ulaganja u druga preduzeća i ostala imovina, opcije zaposlenika i naknade 6. Vrijednost nematerijalne imovine 7. Vrijednost kontrole 8. Vrijednost likvidnosti 9. Vrijednost sinergije 10. Vrijednost transparentnosti 					
Literatura:	Demodaran, Aswath. 2010. <i>Demodaran o valuaciji</i> . Zagreb: Mate V.Leko, A.Vlahović, V.Poznanić. 1997. Procjena vrednosti kapitala. Beograd: Ekonomski institut.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Marketinško komuniciranje	3.	obavezan	E-MKO	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Marketing					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Sticanje znanja i veština potrebnih za upravljanje marketinškom komunikacijom, a na osnovu poznavanja osnovnih instrumenata marketinške komunikacije i osnovnih principa njihovog efikasnog i efektnog integrisanja.					
Ishod predmeta:	Upoznatost sa osnovnim elementima marketinškog komuniciranja i ovladavanje praktičnim veštinama za planiranje i realizaciju procesa marketinškog komuniciranja.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i></p> <p>Koncept marketinške komunikacije. Promene u praksi marketinške komunikacije. Koncept integrisane marketinške komunikacije. Upravljanje procesom integrisane marketinške komunikacije. Analiza ponašanja potrošača i modeliranje ponašanja ciljnog auditorijuma. Korišćenje komunikacijskih sredstava. Dimenzije integracije komunikacijskih aktivnosti. Kategorizacija na instrumente miksa marketinške komunikacije, njihov redosled realizacije, prenosni kanali, nosioci. Određivanje ciljeva i budžeta marketinškog komuniciranja. Instrumenti marketinške komunikacije. Oglašavanje. Unapređenje prodaje. Lična prodaja. Tržišni odnosi s javnošću. Područja primene tržišnih odnosa s javnošću u okviru integrisane marketinške komunikacije. Ekonomski publicitet. Komunikacijske aktivnosti direktnog marketinga. Kvalitet i pakovanje proizvoda kao instrument marketinške komunikacije. Komunikacijski aspekt cene. Prodajno okruženje u službi marketinškog komuniciranja. Miks marketinške komunikacije. Kreativna strategija u integrisanoj marketinškoj komunikaciji.</p>					
Literatura:	<p>Kostić - Stanković M. 2010. Integrisana poslovna komunikacija, Beograd, Fakultet organizacionih nauka</p> <p>Brkić N. 2003. Upravljanje marketing komuniciranjem, Sarajevo, Ekonomski fakultet u Sarajevu</p> <p>Filipović V. Kostić–Stanković M. 2007. Marketing menadžment, Beograd, Fakultet organizacionih nauka</p>					
Metode izvođenja nastave:	Monološki metod, metod diskusije, demonstrativni metod, metod analize slučajeva iz prakse, učenje kroz zajednički rad na rešavanju praktičnih problema, samostalno istraživanje studenata i rešavanje problema na osnovu dobijenih zadataka, konsultacije u izradi projektnog zadatka i samostalan rad studenata kroz učenje i izradu projektnog zadatka.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Upravljanje marketingom	3.	obavezan	E-UPM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	je da se stavi težište na analizu, planiranje, organizovanje i kontrolu svih marketinških aktivnosti i saradnju sa ostalim funkcijama u savremenom preduzeću					
Ishod predmeta:	studenti će radom na ovom predmetu savladatiznanja i vještine menadžera marketing funkcije u preduzeću.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava</i> Marketing u 21. vijeku; Razvijanje marketing strategija i planova; Prikupljanje informacija i skeniranje okruženja; Sprovođenje marketing istraživanja i predviđanje tražnje; Stvaranje vrijednosti za kupca,satisfakcije i lojalnosti; Analiziranje tržišta finalnih potrošača; Analiziranje poslovnih tržišta; Identifikacija tržišnih segmenata i targetiranje; Kreiranje vrijednosti brenda; Oblikovanje pozicioniranja brenda; Odnos sa konkurencijom; Određivanje strategije proizvoda; Dizajniranje i upravljanje uslugama; Razvoj strategija i programa cijena; Dizajniranje kanala i mreža vrijednosti i upravljanje njima; Upravljanje maloprodajom,veleprodajom i logistikom; Oblikovanje i upravljanje integrisanim marketing komunikacijama; Upravljanje masovnim komunikacijama; propagandom,unapređenjem prodaje, događajima i odnosima s javnošću; Upravljanje ličnim komunikacijama: direktni marketing i lična prodaja; Uvođenje novih tržišnih ponuda; Ulazak na globalna tržišta; Uspostavljanje holističke organizacije marketinga</p> <p><i>Praktična nastava</i> Studenti se pripremaju za samostalna istraživanja, rade <i>case study</i>-e kao i primjere koji će pokriti materiju svih 22 poglavlja iz obavezne literature. Na jednom dijelu vježbi studenti prezentuju svoja istraživanja.</p>					
Literatura:	Kotler P. Keller K.L.2006. Marketing Menadžment, dvanaesto izdanje,Beograd: Data Status Babić Hodović V., Šestić Serdarević M., 2006. Marketing menadžment, Sarajevo:Ekonomski Fakultet Sarajevo					
Metode izvođenja nastave:	Teoretski dio kolegija se razvija na predavanjima izlaganjem nastavnika svih 22 poglavlja predviđena obaveznom literaturom. Na vježbama studenti rade slučajeve iz prakse, izvode samostalno ili u paru zaključke i rješenja na postavljene probleme. Pored toga pripremaju se za svoje prezentacije i istraživanja Istraživanja se rade u timovima od 2-3 studenta. Studenti na zadatu temu iz marketing menadžmenta pripremaju prezentaciju na PP i usmeno izlažu 20 minuta. Pored prezentacije i odgovora na pitanja u učionici, članovi grupe će imati zadatak da u nekom od lokalnih preduzeća putem upitnika i intervjua provjere da li se marketinške aktivnosti o kojima su imali prezentaciju odvijaju i na koji način. O tome će biti obavezni da napišu izvještaj i daju svoje prijedloge.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Ponašanje potrošača	3.	obavezan	E-POT	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Marketing					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> shvatanje faktora, procesa i modela ponašanja krajnjih potrošača shvatanje faktora, procesa i modela ponašanja organizacija kao kupaca na poslovnom tržištu 					
Ishod predmeta:	Donošenje marketinških odluka na osnovu istraživanja potrošača (krajnjih i organizacija kao kupaca)					
Sadržaj predmeta:	Uvod u ponašanje potrošača Potrebe i motivi krajnjih potrošača Faktori ponašanja krajnjih potrošača Modeli odlučivanja krajnjih potrošača o kupovini Organizacije kao potrošači Potrebe i motivi organizacija kao potrošača Faktori ponašanja organizacija kao potrošača Proces odlučivanja organizacija o kupovini Modeli ponašanja organizacija kao potrošača					
Literatura:	Rakić, B., Ponašanje potrošača, Megatrend univerzitet, Beograd, 2005					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja Vežbe – kreativne radionice: primeri iz marketinške prakse, rešavanje studija slučaja (case study); sastavljanje marketing planova					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodni marketing	3.	obavezan	E-MDM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Marketing					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Sticanje znanja iz oblasti međunarodnog marketinga i razumevanje marketinga u međunarodnom kontekstu. Ovladavanje relevantnim principima, strategijama i veštinama, u funkciji planiranja i ostvarivanja međunarodnog tržišnog uspeha.					
Ishod predmeta:	Unapređena znanja, sposobnosti i veština studenata za timski rad na rešavanju problema, kroz sticanje znanja o međunarodnom marketingu.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava:</i> Mesto i uloga marketinga u procesu internacionalizacije poslovanja, suština i osobenost međunarodnog marketing istraživanja, komparativna analiza u modelu selekcije inostranih tržišta. Međunarodno okruženje. Međunarodne trgovinske organizacije (evropske i svetske). Multi-kulturalno okruženje. Alternativne strategije ulaska na inostrano tržište. Specifičnosti kultura visokog i niskog konteksta. Internacionalizacija marketing aktivnosti. Multinacionalni i globalni marketing. Organizovanje međunarodnih marketing aktivnosti. Strategijski koncept međunarodnog marketinga. Strategija „globalne integracije“ (standardizacije). Strategija „lokalne responzivnosti“ (adaptacije). Koncept proizvoda u međunarodnom marketingu, Strategije proizvoda na međunarodnom tržištu. Cena u međunarodnom marketingu. Određivanje cene na međunarodnom tržištu. Distribucija u međunarodnom marketingu. Načini ulaska na međunarodno tržište. Marketinška komunikacija na međunarodnom tržištu.</p>					
Literatura:	<p>Kostić M. 2007. <i>Međunarodni marketing</i>, Fakultet za poslovni inženjering i menadžment Banjaluka</p> <p>Rakita B. 2003. <i>Međunarodni marketing</i>, Ekonomski fakultet, Beograd</p> <p>Domazet A., 2005. <i>Međunarodni marketing</i>, Ekonomski fakultet, Sarajevo</p>					
Metode izvođenja nastave:	Monološki metod, metod diskusije, demonstrativni metod, metod analize slučajeva iz prakse, učenje kroz zajednički rad na rešavanju praktičnih problema, samostalno istraživanje studenata i rešavanje problema na osnovu dobijenih zadataka, konsultacije u izradi projektnog zadatka i samostalan rad studenata kroz učenje i izradu projektnog zadatka.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Diplomatsko – konzularno pravo	3.	obavezan	E-DKP	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:						
Predmet se bavi istorijskim razvojem diplomatskih i konzularnih odnosa u okviru kojih su nastajala običajna pravila ponašanja, kao i izradom, zaključenjem i primjenom konvencija koje predstavljaju formalne izvore diplomatsko-konzularnog prava danas. Cilj predmeta je da studenti spoznaju karakteristike, pravnu prirodu i okvir primjene normi sadržanih u okviru diplomatsko-konzularnog prava, te da na osnovu multidisciplinarnog pristupa izvrše sintezu formalnog i materijalnog aspekta ove podgrane međunarodnog javnog prava u odnosu na praksu diplomatskih odnosa i konzularnih poslova uopšte.						
Ishod predmeta:						
Studenti treba da se upoznaju sa pojmom, sadržinom, pravnom prirodom i primjenom diplomatsko-konzularnog prava, pri čemu će savladati građivo iz naučne oblasti međunarodnog prava. Isčekuje se da će studenti steći znanja neophodna za razumjevanje odnosa između država i država i međunarodnih organizacija, kao i položaj fizičkih lica kao akreditovanih predstavnika, a u smislu formalnog, materijalnog i praktičnog saznavanja pravila diplomatsko-konzularnog prava koja uređuju iste.						
Sadržaj predmeta:						
Predmet Diplomatsko-konzularno pravo se izučava aktivno u toku semestra u okviru petnaest nastavnih jedinica koje su klasifikovane na sljedeći način: 1. Prethodno određenje diplomatsko-konzularnog prava 2. Opšti pojmovi diplomatije i diplomatsko-konzularnog prava 3. Istorijski razvoj diplomatsko-konzularnog prava 4. Kodifikacija i izvori diplomatsko-konzularnog prava 5. Diplomatsko-konzularno pravo u XIX vijeku 6. Unutrašnji organi za predstavljanje države u inostranstvu 7. Vanjski organi za predstavljanje države u inostranstvu 8. Stalni diplomatski odnosi i stalne diplomatske misije; BKDO 9. Funkcije, imuniteti i privilegije stalnih diplomatskih misija 10. Ad hoc diplomatija i specijalne misije; NJKSM 11. Predstavljanje država u njihovim odnosima sa međunarodnim organizacijama; BKPD 12. Konzularni odnosi i konzularne misije; BKKO 13. Funkcije, imuniteti i privilegije konzulata 14. Diplomatsko-konzularno pravo u okviru Savjeta Evrope 15. Status međunarodnih organizacija u smislu diplomatskog i konzularnog prava						
Literatura:	M.Savić, Diplomatsko-konzularno pravo i međunarodnopravni poredak – razvojni put međudržavnih odnosa, Comesgrafika, Banja Luka, 2016. M. Kreća, Međunarodno pravo predstavljanja, Beograd, 2014. M. Mitić -S. Đorđević, Diplomatsko-konzularno pravo, Beograd, 2007. Đ. N. Lopičić, Diplomacija –zbornik radova, Beograd, 2006. E. Denza, Diplomatic Law –Commentary on the Vienna Convention on Diplomatic Relations, Oxford, 2008.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanje, vežbe, seminarski rad, usmeni ispit					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Savremeni privredni sistemi	3.	obavezan	E-SPS	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je pružanje teorijskih i primjenjivih znanja o funkcionisanju različitih privrednih sistema, o njihovom teorijskom utemeljenju, institucijama i koordinacionim mehanizmima koji ih čine, problemima sa kojim se suočavaju u praksi i performansama sistema u celini. Na ovim osnovama moguće je doći do formiranja kriterijuma za evaluaciju privrednih sistema i oceniti uspešnost različitih putanja tranzicije i različitih varijanti kapitalizma. Istovremeno, biće prezentirana i istorijska iskustva socijalističkih zemalja i prednosti i nedostaci centralno-planskih sistema kao i iskustva zemalja Azije i Latinske Amerike.					
Ishod predmeta:	Po uspešnom savlađivanju ovog predmeta, studenti bi trebalo da razumeju mogući uticaj izbora određenih ekonomskih i političkih institucija na ostvarivanje različitih ekonomskih i političkih ciljeva.					
Sadržaj predmeta:	Teorijska nastava - Uvod u komparativnu analizu privrednih sistema. Funkcionisanje tržišnog, centralno planskog i tržišno socijalističkog sistema.. Varijante razvijenog tržišnog kapitalizma. Tranzicija socijalističkih zemalja. Uloga države i privredni sistemi Istočne Azije, Kine i Latinske Amerike. Evropska unija i ujednačavanje privrednih sistema Praktična nastava: Vježbe, Drugi oblici nastave, Studijski istraživački rad, predavanja, vježbe .					
Literatura:	1, Joksimović, LJ. i Bajec, J. Savremeni privredni sistemi Ekonomski fakultet, Beograd 2011 2, Paul R. Gregory, Robert C. Stuart Global Economy and its Economic Systems South-Western, Cengage Learning, Mason (OH) 2013 3, Carnet, L. Europeanisation, Varieties of Capitalism and Economic Performance in Central and Eastern Europe Palgrave Public Press 2006					
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i auditornih vježbi. Učenje, testovi, seminarski i konsultacije.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodno privredno pravo	4.	obavezan	E-MPP	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Sticanje adekvatnih teoretskih i praktičnih znanja potrebnih za razumjevanje privrednih i ekonomskih odnosa sa privrednim subjektima izvan BiH, te njihova primjena u praksi.					
Ishod predmeta:	Po uspješnom okončanju nastavnih aktivnosti i obaveza očekuje se da će studenti biti u mogućnosti da stekne osnovna, odnosno elementarna znanja o međunarodnim privrednim odnosima, te institutima specifičnim samo za ovu pravnu granu.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teorijsko određenje međunarodnog privrednog prava (2) ▪ Značaj i načela međunarodnog privrednog prava (2) ▪ Izvori međunarodnog privrednog prava (2) ▪ Izvori poslovnog prava Evropske Zajednice (2) ▪ Subjekti međunarodnog privrednog prava (2) ▪ Direktna strana ulaganja (2) ▪ Slobodne zone (2) ▪ Opšti okviri nastupanja domaćih privrednih društava u inostranstvu i stranih privrednih subjekata u BiH (2) ▪ Uslovi međunarodnog poslovanja na svjetskom tržištu/tržištu EU (2) ▪ Ugovori Međunarodnog privrednog prava: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ugovor o međunarodnoj prodaji robe (2) ▪ Ugovor o isključivoj distribuciji (2) ▪ Ugovor o lisingu (2) ▪ Ugovor o dugoročnoj proizvodnoj saradnji (2) ▪ Ugovor o agenciji (2) ▪ Ugovor o faktoringu (2) ▪ Dokumentarni akreditiv i bankarske garancije (2) ▪ Međunarodno plaćanje (pojam i pravno regulisanje) (2) ▪ Instrumenti obezbjeđenja plaćanja u međunarodnom poslovanju (2) ▪ Pravo konkurencije u međunarodnom prometu (2) ▪ Nelojalna utakmica i monopolističko djelovanje (2) 					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trifković, Omanović, Međunarodno poslovno pravo i arbitraža, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, 2001. 2. Čokić Džinić, M., Postupak reorganizacije stečajnog dužnika u legislativi BiH i zemljama Common/Civil Law pravnog sistema, 2015. 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja i vježbe					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodni odnosi i geopolitika	3.	obavezan	E-MOG	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je da upozna studente sa ključnim geopolitičkim teorijama i konceptima, te predstavi razvoj geopolitike kao subdiscipline međunarodnih odnosa. Koristeći metodologiju kritičke geopolitike propitat će se osnove postavke klasične geopolitike u različitim periodima razvoja svjetske politike. Kroz prizmu geopolitike sagledat će se najrecentnija dešavanja u međunarodnoj politici.					
Ishod predmeta:	Studenti će, nakon uspješno položenog ispita, razumjeti geopolitičke teorije i metode, te biti u stanju aplicirati ih na konkretne situacije. Osim toga studenti će biti u stanju da prepoznaju promjenjenu ulogu države i prostora u međuovisnom svijetu, te identificiraju i kritički analiziraju suvremene međunarodne odnose koristeći geopolitičke koncepte i pristupe.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uvod u predmet ▪ Pojam i sadržaj predmeta, naučno utemeljenje geopolitike, odnos između geopolitike i drugih naučnih disciplina, ključni geopolitički pojmovi ▪ Razvoj klasične geopolitike ▪ Geopolitika između dva svjetska rata ▪ Geopolitika Hladnog rata ▪ Geopolitike ujedinjene Evrope ▪ Geopolitika Jugoistočne Evrope ▪ Geopolitika postsovjetskog prostora ▪ Geopolitika energetske resursa ▪ Kritička geopolitika ▪ Geopolitika i mikrogeopolitika Bosne i Hercegovine 					
Literatura:	Obavezna literatura za pripremu ispita 1. Klaus Dodds (2009) Geopolitika. Sarajevo: TKD Šahinpašić 2. Gearoid O'Tuathail et al. (2007) Uvod u geopolitiku. Zagreb: Politička kultura 3. Philippe Moreau Defruges (2006) Geopolitički rječnik. Zagreb:CPI Dodatna literatura: 1. Dominique Moisi (2012) Geopolitika emocija. Beograd:Clio 2. Colin Flint (2012) Introduction to Geopolitics. London/New York: Routledge					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja (kroz izlaganja nastavnika i interaktivni pristup), vježbe (case study, kreativne radionice, rasprave i odbrane seminarskih radova), konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta		Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Biznis plan		4.	obavezan	E-BIP	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	- Akademске studije prvog ciklusa studija						
Studijski program:	- Menadžment						
Uslov:							
Cilj predmeta:	- Savladavanje poslovnog planiranja, korak po korak, prolazeći kroz cio proces, kako napisati kvalitetan biznis plan.						
Ishod predmeta:	- Naučiti poslovno planiranje i napisati kvalitetan biznis plan.						
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> - Pokrenite mašineriju planiranja, rađanje dobre poslovne ideje, definisanje poslovnog cilja. - Upoznavanje poslovnog okruženja, određivanje strateškog pravca, opis posla, izrada marketinškog plana, dešifrovanje i predstavljanje finansijske situacije. - Planiranje poslovanja za jednu osobu, poslovni plan za malopreduzeće, planiranje za preduzeće sa razrađenim poslovanjem, planiranje poslovanja neprofitne organizacije, planiranje elektronskog poslovanja. - Sastavljanje plana, primjena poslovnog plana. - Deset znakova da treba popraviti plan, deset načina procjene nove poslovne ideje, deset načina obezbjeđenja sredstava za poslovni plan, deset stvari koje treba znati o rizičnom kapitalu, deset načina primjene poslovnog plana. 						
Literatura:	- Steven Peterson, Peter Jaret, Barbara Findlay Schenck, Biznis plan, Mikroknjiga Beograd						
Metode izvođenja nastave:							
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)							
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50		
Istraživački rad		Usmeni			/		
Kolokvijum-i	30						
Seminar-i	10						
Drugo							
Posebna napomena za predmet: Nema							

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Digitalni marketing	4.	obavezan	E-DIM	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Marketing, Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj ovog kursa je da se studenti upoznaju sa Internet marketingom, koristeći poslovne modele nastupa na Internetu i da savladaju tehnike izrade Internet marketing plana.					
Ishod predmeta:	Studenti su osposobljeni za projektovanje i implementaciju Internet marketing plana.					
Sadržaj predmeta:	Teorijska nastava Osnove marketinga. Modeli poslovnog nastupa na Internetu. Internet marketing plan. Strategije Internet marketinga. Tehnike i taktike. SEO tehnike. Društveni mediji. Društvene mreže. Mobilni marketing. Upravljanje odnosima sa klijentima. Poslovna inteligencija u Internet marketingu. Trendovi u Internet marketingu. Praktična nastava Tehnologije internet marketinga: forum, blog, rss. Tehnologije internet marketinga: CMS, affiliate, SEO, Google servisi. Internet biznis plan. Internet marketing plan. Registracija domena, besplatni hosting, plaćeni hosting. Veb dizajn, Elaborat o vizuelnom identitetu. Instalacija Wordpress CMS-a. Razvoj portala. SEO–primjer na Wordpress. CRM, integracija sa Wordpress-om. Integracija elektronske prodavnice sa Wordpress-om. Primjena Google i servisa društvenih mreža. Internet reklamiranje. Odbrana radova					
Literatura:	Ivković, M., & Radenković, B. (1998). Internet i savremeno poslovanje, monografija, editori. Zrenjanin: Tehnički fakultet „Mihajlo Pupin“, Zrenjanin. Scott, D. M. (2007). The New Rules of Marketing and PR. John Wiley & Sons. Chaffey, D. (2006). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice (3rd Edition). Prentice Hall. Strauss, J., & El-Ansary, A. Frost, R.. (2006). E-Marketing 4/E. Prentice Hall.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Korporativno upravljanje	4.	obavezan	E-KOU	7	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Ciljovog predmeta je da razvije analitički okvir koji objašnjava odnos između uprave, nadzornog odbora, vlasnika i ostalih interesno-utjecajnih grupa modernih korporacija.					
Ishod predmeta:	<p>Studenti će imati priliku upoznati se sa pravnom strukturom i statusom društava kapitala, nakon čega slijedi razmatranje odnosa upravljačkih struktura korporacija odnosno odnosa vlasnika, menadžmenta i nadzornih odbora čemu će se pristupiti sa pravnog i ekonomskog aspekta. Veoma je važno usvajanje znanja o osnovnim principima dobrog korporativnog upravljanja, obzirom da je upravo poštivanje dobre prakse korporativnog upravljanja <i>conditio sine qua non</i> za opstanak i rast korporacija, ali i za zemlje po pitanju privlačenja stranih investicija.</p>					
Sadržaj predmeta:	<p>Uvod u korporativno upravljanje Opšta struktura upravljanja društva Interna akta društva Upravni /Nadzorni odbor Izvršni odbor/direktor Sekretar Prava akcionara/udjeličara Skupština akcionara/ udjeličara Osnovni kapital/Dividenda Kontrolno okruženje (interna kontrola i upravljanje) Objavljivanje informacija Tržište kapitala u funkciji korporativnog upravljanja Finansijski instrumenti na tržištu kapitala Uticaj različitih hartija od vrijednosti na korporativno upravljanje Brokersko-dilerska društva u funkciji korporativnog upravljanja na tržištu kapitala Korporativno upravljanje u porodičnim kompanijama</p>					
Literatura:	<p>N., Vunjak, M., Vitez, M., Radović, <i>Korporativno upravljanje tržištem kapitala</i>, Subotica, 2018. Korporativno upravljanje, <i>Priručnik za firme u Bosni i Hercegovini</i>, IFC Sarajevo, 2009</p>					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Poslovno pregovaranje	4.	obavezan	E-PRE	6	2	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Uspešna primena metoda i tehnika poslovnog pregovaranja podrazumeva sposobnost analize okruženja u kojem dolazi do procesa pregovaranja, analize cinjeva i razumevanje učesnika u procesu. Zadatak discipline koja se bavi poslovnim pregovaranjem jeste da studentima pruži polaznu osnovu i konkurentsku prednost kada se nađu u procesu pregovaranja. Predmet se bavi kako pregovaranjem unutar organizacije tako i pregovaranjem između organizacija.					
Ishod predmeta:	Osnovni ishod predmeta se ogleda u osposobljenosti studenata za upravljanje procesom pregovaranja na nivou poslovnih subjekata u svim oblastima poslovnih delatnosti..					
Sadržaj predmeta:	<p>Teorijska nastava</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osnove pregovaranja - Osnovni koncepti i tipovi pregovaranja - Priprema i planiranje pregovaranja - Primena strategija i taktika pregovaranja - Postpregovarački proces - Interno i timsko pregovaranje - Međunarodni aspekti pregovaranja - Etika u pregovaranju <p>Praktična nastava: Vežbe, Drugi oblici nastave, Studijski istraživački rad Case study, Timski obrazovni rad</p>					
Literatura:	Gligorijević M., Ognjanov G. (2011), Poslovno pregovaranje, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Praksa III	4.	obavezan	E-PR3	4	-	3
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					

Uslov:	-		
Cilj predmeta:	Cilj predmeta Praksa III je upoznati studenta sa praktičnim primjenama stečenih teorijskih znanja na prvoj, drugoj i trećoj godini studija. Osim toga studenti imaju priliku da stiču nove poslovne vještine u konkretnim organizacijama.		
Ishod predmeta:	Sticanje praktičnih znanja iz predmeta: Upravljanje marketingom, Upravljanje projektima, Međunarodno poslovanje, i dr		
Sadržaj predmeta:	<i>Teorijska nastava:</i> (konsultacije) <i>Praktična nastava:</i> (broj časova praktičnog rada: 120)		
Literatura:	Cjelokupna literatura predviđena za predmete 1., 2., 3. godine studija.		
Metode izvođenja nastave:	Nastava se izvodi kroz sistem konsultacija i praktičnog rada u konkretnim organizacijama. Zajednički efekat izođenja nastave je zadovoljavanje principa prenošenja znanja kroz: poučavanje-samoučenje. Poučavanje s izvodi u sklopu konsultacija gdje saradnik upoznaje studente sa zadacima na Praksi III i primjenama teoretskih znanja u praktičnim uslovima. Na Praksi III se utvrđuje gradivo kroz zajedničko rješavanje postavljenih zadataka i problema, ponavljanje teoretskih sadržaja potrebnih za Praksu III. Nakon toga studenti dobijaju zadatke i probleme za samostalno rješavanje-sistem samoučenja.		
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	poena
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni	50
Istraživački rad		Usmeni	/
Kolokvijum-i	30		
Seminar-i	10		
Drugo			
Posebna napomena za predmet: Nema			

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Ekonomika diplomatija	4.	obavezan	E-EKD	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (180 i 240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomika diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Predmet „Ekonomika diplomatija“ ima za cilj da studentima pruži znanja iz savremene diplomatije, sa posebnim akcentom na aktivnosti i instrumente ekonomske diplomatije. Po završetku predavanja, studenti će biti u mogućnosti da povežu stečena stručna znanja sa aktuelnim trendovima u sferi bilateralne i multilateralne ekonomske diplomatije.					
Ishod predmeta:	Sticanje opštih znanja o iz diplomatije, a posebno razumijevanje i shvatanje značaja ekonomske diplomatije; razumijevanje globalnih poslovnih aktivnosti i uticaj istih na diplomatiju, ali i uticaj diplomatije na iste; savladavanje tehnika pregovaranja i poslovnog lobiranja.					
Sadržaj predmeta:	<p><i>Teorijska nastava:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pojam diplomatije; ▪ Organizacija spoljnih poslova; ▪ Bilateralna diplomatija; ▪ Multilateralna diplomatija; ▪ Diplomatska profesija; ▪ Diplomatsko obavještanje; ▪ Diplomatsko pregovaranje; ▪ Diplomatsko lobiranje; ▪ Diplomatska špijunaža, ▪ Tradicionalna diplomatija, ▪ Diplomacija i regionalne integracije; ▪ Ekonomika diplomatija; ▪ Korporativna diplomatija; ▪ Diplomacija i globalizacija. <p><i>Praktična nastava:</i></p> <p>Vježbe prate predavanja, pri čemu je naglasak na kvantitativnoj ilustraciji i aktivnosti samih studenata. Na vježbama se provjerava stepen savlađivanja materije, studenti se upoznaju sa primjerima i zadacima koji olakšavaju savlađivanje materije, organizuju se diskusije po pojedinim pitanjima, pri čemu studenti mogu da daju uvodna izlaganja.</p>					
Literatura:	Džombić I., Ekonomika diplomatija Bosne i Hercegovine, 2008., Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment Dašić D., Savremena diplomatija, 2008., Beograd: privredni savetnik d.o.o					
Metode izvođenja nastave:	Cilj predavanja je da se studenti upoznaju sa osnovnim sadržajem ispitne materije, sa najnovijim teorijskim pogledima na određena pitanja, kao i sa mnogobrojnim primjerima iz prakse, a koji ilustruju datu problematiku. Pred svaki test nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata, a na kraju semestra, ako za to postoji potreba, određuju se dodatna dva bloka od po dva školska časa, na kojima nastavnik na predmetu odgovara na pitanja studenata iz cjelokupne ponuđene materije.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit		poena		
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni		50		
Istraživački rad		Usmeni		/		
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Osiguranje	4.	obavezan	E-OSG	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Glavni cilj predmeta je da studentima pruži, prije svega, znanja u vezi sa rizicima, premijom, osiguranim slučajem i naknadom, kao osnovnim elementima osiguranja. Nakon razumijevanja i ovladavanja osnovnim elementima osiguranja studenti će moći da se upoznaju sa karakteristikama različitih vrsta osiguranja i biće im prezentirane komparativne analize razvijenosti ove oblasti po regionima. Iskustva zemalja koje imaju razvijene sisteme osiguranja mogu puno pomoći u kreiranju adekvatnog domaćeg osiguranja.					
Ishod predmeta:	Uspešnim savladavanjem gradiva ovog predmeta studenti će moći aktivno i uspješno da učestvuju u rešavanjima složenih zadataka u vezi sa osiguranjem u praksi.					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u osiguranje i njegova istorija. 2. Razvoj osiguranja kod nas: pojam osiguranja. 3. Uloga i značaj osiguranja - tehnička organizacija osiguranja, 4. Rizik: upravljanje rizikom i premija osiguranja. 5. Osigurani slučaj, naknada iz osiguranja i lica u pravu osiguranja. 6. Dokumenta u osiguranju i organizacija osiguravajućeg društva 7. Djelatnost osiguranja na jedinstvenom tržištu EU: podjela osiguranja prema prirodi rizika i prema načinu nastanka. 8. Osnovne karakteristike pojedinih vrsta osiguranja 9. Reosiguranje i saosiguranje. 10. Osiguravajuće kompanije kao institucionalni investitori: plasman osiguravajućih kompanija. Osiguravajuće kompanije kod nas. 11. Marketing u osiguranju: determinante ponude i tražnje osiguranja. 12. Kontrola rada kompanija za osiguranje i njihovo oporezivanje 13. Savremene tendencije razvoja osiguranja u svetu. 					
Obaveze studenta:						
Literatura:	Kočović, Jelena, Predrag Šulejić i Tatjana Rakonjac-Antić. 2010. <i>Osiguranje</i> . Beograd: Ekonomski fakultet. Vaughan, Emmet i Therese Vaughan. 2000. <i>Osnove osiguranja</i> . Zagreb: Mate.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment u zdravstvu i obrazovanju	4.	obavezan	E-MZO	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Primjena znanja iz menadžmenta na konkretan slučaj menadžmenta u zdravstvenim ustanovama sa svim njegovim funkcijama.					
Ishod predmeta:	Osnovni cilj predmeta je da student stečenim znanjima, usvojenim vrijednostima i vještinama prepozna strukture i promjene u zdravstvenim ustanovama. Sa takvim znanjima širi se polje mogućnosti profesionalnog opredeljenja.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciljevi i strategije zdravstvene politike; ▪ Institucije i struktura zdravstvenog sistema; ▪ Finansiranje zdravstvenog sistema; ▪ Integrisana zdravstvena zaštita; ▪ Menadžment u integrisanoj zdravstvenoj zaštiti; ▪ Unapređenje zdravlja, prevencija i socijalni marketing; ▪ Vrste zdravstvenog menadžmenta; ▪ Istraživanje, razvoj i perspektive javnog zdravstva; ▪ Menadžment nauke u zdravstvu; ▪ Kriterijumi u vođenju zdravstvenog sistema; ▪ Međunarodna saradnja, globalizacijai zdravstvo. ▪ Uvod u menadžment u obrazovanju ▪ Upravljanje školstvom; ▪ Rukovođenje u školstvu; ▪ Vođenje u školstvu; ▪ Škola kao organizacija 					
Literatura:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pavić S. Žarko,2007, <i>Zdravstvo i zdravstveni sistem</i>, Beograd: Srpsko lekarsko društvo ▪ Stjepan Stančić,2006, <i>Menadžment u obrazovanju</i>, Rijeka: Sveučilišna knjižnica 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vjebe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Merdžeri i akvizicije	4.	obavezan	E-MAK	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Menadžment, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Osnovni cilj predmeta je da pruži uvid u kompleksnu problematiku transakcija restrukturiranja preduzeća. Prilikom razmatranja oblika spajanja i pripajanja kompanija ističu se strategijski i finansijski aspekti pojedinih transakcija restrukturiranja u cilju potpunog razumijevanja njihovog uticaja na vrijednost preduzeća.					
Ishod predmeta:	Uspešnim savladavanjem gradiva ovog predmeta studenti će biti osposobljeni da shvate uticaj ekonomskih, poreskih i zakonskih okolnosti na izbor i ishode pojedinih formi restrukturiranja, primijene osnovne procedure procene vrednosti preduzeća i analiziraju uticaj različitih strategijskih odluka preduzeća na vrednost preduzeća, razumeju izvore kreiranja vrednosti u različitim transakcijama poslovnog i finansijskog restrukturiranja, kao i da razumeju ulogu finansijskih inovacija u poboljšanju strukture kapitala preduzeća.					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merdžeri i akvizicije: pojam i istorijat 2. Strategijski aspekti i oblici kombinovanja 3. Motivi i procjena vrijednosti transakcije 4. Troškovi transakcije i isplativost transakcije 5. Tržište korporativne kontrole i taktike preuzimanja 6. Taktike odbrane od preuzimanja 7. Poreski i računovodstveni aspekti spajanja i preuzimanja 8. Problemi postakvizicione integracije i mogućnosti poboljšanja uspešnosti transakcija 9. Efekti transakcija na učesnike u transakcijama 10. Uticaj na vrijednost za akcionare i izvori vrednosti 11. Alternative merdžera i akvizicija 					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Odabrana poglavlja iz knjige: Weston, J.F., Siu, J.A., Johnson, B.A., 2001, Takeovers, Restructuring and Corporate Governance, 3rd ed., Prentice Hall, 2001. 2. Odabrana poglavlja iz knjige: Gaughan, P., 1996, Merger, Acquisitions and Corporate Restructuring, John Wiley & Sons, Inc 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Menadžment finansijskih rizika	4.	obavezan	E-MFR	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Ciljevi kolegija su da se proučavajući karakteristike poslovanja preduzeća oblikuju stavovi prema riziku. Pošto je menadžment rizika proces i ne jednokratna aktivnost, detaljno proučavamo pojedine korake (faze) u procesu, od identifikacije rizika, njihove kvantifikacije, preko postavljanja strategije reagovanja na rizike, izbora instrumenata za menadžment rizika, do praćenja uspješnosti upravljanja i računovodskog tretmana izvedenih finansijskih instrumenata kao predstavnika nove generacije metoda za menadžment finansijskih rizika.					
Ishod predmeta:	Samostalna identifikacija izloženosti rizicima, njihova kvantifikacija (merenje po metodi VaR, analiza osetljivosti) i izbor optimalnih metoda i instrumenata za zaštitu od rizika.					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisane pojma rizika i osnovne podjele rizika; 2. Prikaz izabranih vrsta poslovnih rizika (strateški rizik, rizik delovanja, tržišni rizik, projektni rizik); 3. Postavljanje politike i strategije upravljanja rizikom; 4. Detaljno predstavljanje finansijskih rizika 5. Prikaz finansijskih instrumenata; 6. Proces identifikacije finansijskih rizika; 7. Proces kvantifikacije finansijskih rizika; 8. Izračun vrijednosti izvedenih finansijskih instrumenata 9. Metode za menadžment valutnog rizika 10. Metode za menadžment kamatnog rizika 					
Literatura:	Peterlin, Jožko i Marijana Mladenović. 2007. <i>Finansijski instrumenti i menadžment finansijskih rizika</i> . Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment. Smithson, W. Charles. 2004. <i>Managing financial risk</i> . Chicago.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Međunarodno bankarstvo	4.	obavezan	E-MDB	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa efektima finansijske liberalizacije i globalizacije na strukturu međunarodnog bankarstva, sa načinima na koji je svjetski finansijski sistem bio regulisan, zahtjevima za izmjenom načina regulacije usljed globalne finansijske krize, uticajem promjena cijena vrijednosnih papira na efikasnost monetarnih politika najrazvijenijih zemalja, upravljanjem aktivom i pasivom međunarodno aktivnih banaka, te uticajem finansijskih derivata na upravljanje rizicima i kapitalom.					
Ishod predmeta:	Studenti će biti u mogućnosti da interpretiraju promjene u načinu upravljanja aktivom i pasivom međunarodno aktivnih banaka do kojih je dovela globalizacija finansijskih tržišta, načine regulisanja međunarodno aktivnih banaka i zahtjeve za izmjenama tih načina u svjetlu globalne finansijske i ekonomske krize, uticaj izrazito velikog rasta obima prometa na derivativnih finansijskim tržištima na rizik solventnosti međunarodno aktivnih banaka i na globalnu finansijsku stabilnost					
Sadržaj predmeta:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finansijska liberalizacija, globalizacija i međunarodno bankarstvo 2. Specifičnosti međunarodnog bankarstva i promjene u bankarskoj industriji 3. Uticaj finansijske liberalizacije na uvođenje međunarodnih bankarskih standarda – Bazel I 4. Intenzivne promjene globalnog ekonomskog okruženja, finansijski konglomerati i potreba revizije Bazela I – uvođenje Bazela II 5. Kvantitativno upravljanje kapitalom - zahtjevi za minimalnim kapitalom, uticaj sekjuritizacije na upravljanje kapitalom, i koncept kapitala baziranog na riziku (CAR) 6. Globalni finansijski poremećaji, globalna finansijska kriza (2007.-2009.) i redefinisane međunarodnih standarda upravljanja rizicima – Bazel III/2 i Bazel III 7. Analiza tržišne koncentracije u međunarodnom bankarstvu – najveće banke u svijetu i analiza strukture njihovih portfolija 8. Portfolio teorija u kontekstu međunarodnog kretanja kapitala i praksa strukturiranja portfolija međunarodnih banaka - upravljanje aktivom i pasivom (ALM) 9. Značaj i uloga finansijskih inovacija i derivativnih finansijskih instrumenata za upravljanje rizicima u bankarstvu 10. Uticaj hedž fondova na međunarodnu finansijsku stabilnost – mogućnosti i opasnosti deregulacije i regulacije 11. Uticaj međunarodnih banaka na razvoj bankarskog sektora Bosne i Hercegovine 					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarullo, Daniel, K.(2008) <i>Banking on Basel – The Future of International Financial Regulation</i>, Peterson Institute for International Economics, Washington. 2. Bessis, Joel (1998) <i>Risk management in Banking</i>, John Wiley & Sons, West Sussex, England 3. Rose, Peter S., and Sylvia C. Hudgins (2005) <i>Bankarski menadžment i finansijske usluge</i>, Data Status, Beograd 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Odnosi s javnošću	4.	obavezan	E-ODJ	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Marketing					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Upoznati studente sa konceptom, aktivnostima i ciljevima odnosa s javnošću. Obučiti studente za planiranje i organizovanje odnosa s javnošću.					
Ishod predmeta:	Sticanje znanja i veština iz oblasti odnosa s javnošću. Savladavanje metoda i tehnika koje se koriste u odnosima s javnošću i njihova primena u kreiranju korporativnog identiteta, imidža i reputacije.					
Sadržaj predmeta:	<p>Osnovne karakteristike odnosa s javnošću. Definisane i značenje koncepta odnosa s javnošću; Odnosi s javnošću kao proces; Ciljevi i zadaci odnosa s javnošću; Mesto odnosa s javnošću u organizaciji. Etika odnosa s javnošću. Odnosi s javnošću i međunarodno okruženje. Aktivnosti odnosa s javnošću. Izgradnja korporativnog identiteta, imidža i reputacije. Odnosi s medijima. Organizacija specijalnih događaja. Sponzorstvo. Lobiranje. Odnosi s javnošću u kriznim situacijama; Planiranje i organizovanje odnosa s javnošću. Proces planiranja odnosa s javnošću. Planiranje kampanje odnosa s javnošću. Organizovanje funkcije odnosa s javnošću. Verbalna i neverbalna komunikacija. Profesionalno ponašanje. Izrada budžeta programa odnosa s javnošću. Modeli merenja i evaluacije odnosa s javnošću.</p> <p>Praktična nastava: Vežbe, Drugi oblici nastave.</p>					
Literatura:	Filipović V, Kostić-Stanković M. "Odnosi s javnošću", FON, Beograd, 2011.					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, interaktivna komunikacija, demonstrativni metod, studija slučajeva, učenje kroz zajednički rad na rešavanju praktičnih problema, samostalno istraživanje studenata i rešavanje problema na osnovu dobijenih zadataka, samostalan rad studenata kroz učenje i izradu seminarskih i projektnih radova.					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Marketing logistika	4.	obavezan	E-MLO	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Finansije i bankarstvo, Marketing, Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je da upozna studente sa osnovnim determinantama logističkog menadžmenta u preduzećima, odnosno sa marketing logistikom kao, prije svega, poslovnom ali i naučno - metodološkom disciplinom; Logistika i logistički menadžment analizira sve aktivnosti u preduzeću kroz prizmu procesnih radnji, odnosno ona prati tokove repromaterijala na ulazu u firmu (ulazna logistika), tokove repromaterijala i poluproizvoda kroz firmu (interna logistika) i tokove finalnih proizvoda i roba (izlazna logistika);					
Ishod predmeta:	<p>Ključna znanja koje će studenti steći nakon što odlušaju i polože ispit odnose se na identifikovanje konkurentskih prednosti koje svakom preduzeću koje se bavi proizvodnjom i/ili prodajom može donijeti efikasan logistički menadžment; Dakle, predmet Marketing logistika omogućava studentima da:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepoznaju logistički sistem kao skup operativnih aktivnosti sa izuzetnim implikacijama na strateški nivo firme; • Tretiraju logističke poslove kao marketiški usmjerene, ali i troškovno determinisane; • Identifikuju konkurentan nivo servisa potrošača – kao osnovni cilj logističkog menadžmenta ali i jedan od bazičnih ciljeva firme u cjelini; • Upoznaju pristupe upravljanju logističkim sistemom i njegovim pojedinačnim podsistemima, čije ciljne funkcije su konfliktne zbog po pravilu inverzne međuzavisnosti njihovih troškova; 					
Sadržaj predmeta:	<p>Pojmovno određenje logistike i fizičke distribucije; Rastući značaj logistike; Pristupi upravljanju marketing logistikom; Problemi troškova u upravljanju marketing logistikom; Kanali marketing logistike; Upravljanje servisom potrošača; Upravljanje zalihama; Upravljanje i značaj transporta u logističkom sistemu; Značaj, funkcije i okvir za upravljanje skladištenjem; Organizacija logistike u poslovnom sistemu firme; Informacioni sistemi u logistici; Ciljevi odlučivanja u logističkom sistemu; Kvalitet informacija u logistici; Koncept informacionih sistema u logistici; Novi i inovativni informacioni sistemi u logistici; Strategijsko upravljanje informacijama u logistici; Informacije potrebne za planiranje i kontrolu logističkih procesa; Struktura informacionog toka u marketing logistici; Međunarodna logistika; Špedicija i logistika;</p>					
Literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Božić V. i dr Aćimović S. , Marketing logistika, Ekonomski fakultet Beograd, 2004 2. Aćimović, S. Servis potrošača, Ekonomski fakultet Beograd, 2003 godina; 3. Božić, V. , Aćimović S. , Rakić S. Poslovna logistika, Ekonomski fakultet Beograd, 2001. 4. Ristić M., Strateško pozicioniranje maloprodaje – trgovina i ostali kanali, Ekonomski fakultet Bgd 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja, vježbe, konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)	
Teorija i politika međunarodne razmjene	4.	obavezan	E-MĐR	6	3	2
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija (240 ECTS)					
Studijski program(i):	Ekonomska diplomatija					
Uslov:	-					
Cilj predmeta:	Cilj predmeta je ovladati teorijskom analizom međunarodne ekonomske razmjene, empirijskim saznanjima i normativnim rješenjima u procesu upravljanja međunarodnim ekonomskim sistemom.					
Ishod predmeta:	Predmet treba da omogući studentima da savladavaju opšta znanja iz teorije međunarodne ekonomske razmjene, te specifična znanja iz međunarodnih ekonomskih odnosa uključujući i sistem međunarodnog upravljanja globalnim procesima.					
Sadržaj predmeta:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pojam međunarodne ekonomije ▪ Razvoj međunarodne trgovine ▪ Subjekti međunarodne trgovine ▪ Teorije međunarodne trgovine ▪ Međunarodna tržišta ▪ Međunarodno poslovanje ▪ Međunarodne tržišne institucije ▪ Politike međunarodne razmjene ▪ Spoljnotrgovinska politika ▪ Regionalne ekonomske integracije ▪ Multilateralno regulisanje međ. trgovine ▪ Konkurentnost ▪ Trgovinska reforma i Wašingtonski konsenzus 					
Literatura:	<ul style="list-style-type: none"> • Bjelić Predrag, <i>Međunarodna trgovina</i>, CID Ekonomski fakultet Beograd, 2011. ▪ Dašić David, <i>Međunarodna ekonomija</i>, PIM Univerzitet, Banja Luka, 2012. 					
Metode izvođenja nastave:	Predavanja (kroz izlaganja nastavnika i interaktivni pristup), vježbe (case study, kreativne radionice, rasprave i odbrane seminarskih radova), konsultacije					
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)						
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit			poena	
Aktivnosti u nastavi	10	Pismeni			50	
Istraživački rad		Usmeni			/	
Kolokvijum-i	30					
Seminar-i	10					
Drugo						
Posebna napomena za predmet: Nema						

Naziv predmeta	Godina	Status	Šifra predmeta	ECTS	Fond časova (P+V)
Diplomski - završni rad	4.	obavezan	E-DIPL	6	6
Vrsta i nivo studija:	Akademske studije prvog ciklusa studija				
Studijski program(i):	Pravo				
Uslov:	-				
Cilj predmeta:	<p>Primena osnovnih, stečenih znanja i metoda na rešavanju konkretnih problema u okviru izabrane oblasti. Student izučava problem, njegovu strukturu i složenost i na osnovu sprovedenih analiza izvodi zaključke o mogućim načinima njegovog rešavanja. Proučavajući literaturu student se upoznaje sa metodama rešavanja sličnih zadataka i praksom u njihovom rešavanju. Sticanje znanja o načinu, strukturi i formi pisanja izveštaja nakon izvršenih analiza i drugih aktivnosti koje su sprovedene u okviru zadate teme završnog rada. Izradom završnog rad studenti stiču iskustvo za pisanje radova u okviru kojih je potrebno opisati problematiku, sprovedene metode i postupke i rezultate do kojih se došlo. Pored toga, cilj izrade i odbrane završnog rada je razvijanje sposobnosti kod studenata da rezultate samostalnog rada pripreme u pogodnoj formi javno prezentuju, kao i odgovaraju na primedbe i pitanja u vezi zadate teme.</p>				
Ishod predmeta:	<p>Osposobljavanje studenata da samostalno primenjuju prethodno stečena znanja iz različitih oblasti koje su prethodno izučavali, radi sagledavanja strukture zadanog problema i njegovoj sistematskoj analizi u cilju izvođenju zaključaka o mogućim pravcima njegovog rešavanja. Kroz samostalno korišćenje literature, studenti proširuju znanja iz izabrane oblasti i proučavaju različite metode i radove koji se odnose na sličnu problematiku. Samostalno izučavajući i rešavajući zadatke iz oblasti zadate teme, studenti stiču znanja o kompleksnosti i složenosti problema iz oblasti njihove struke. Izradom diplomskog rada studenti stiču određena iskustva koja mogu primeniti u praksi prilikom rešavanja problema iz oblasti njihove struke. Pripremom rezultata za javnu odbranu, javnom odbranom i odgovorima na pitanja i primedbe komisije student stiče neophodno iskustvo o načinu na koji u praksi treba prezentovati rezultate samostalnog ili kolektivnog rada.</p>				
Sadržaj predmeta:	<p>Formira se pojedinačno u skladu sa potrebama i oblašću koja je obuhvaćena zatom temom završnog rada. Student u dogovoru sa mentorom sačinjava završni rad u pismenoj formi u skladu sa predviđenim standardima Ekonomskog fakulteta. Student priprema i brani pismeni završni rad javno u dogovoru sa mentorom i u skladu sa predviđenim standardima. Student proučava stručnu literaturu, stručne i diplomske radove studenata koji se bave sličnom tematikom, vrši analize u cilju iznalaženja rešenja konkretnog zadatka koji je definisan zatom završnog rada.</p>				
Literatura:	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelni časopisi svih godina izdavanja i odbranjeni završni radovi iz date oblasti 				
Metode izvođenja nastave:	<p>Mentor diplomskog rada sastavlja zadatak diplomskog rada i dostavlja ga studentu. Student je obavezan da diplomski rad izradi u okviru zadate teme koja je definisana zatom diplomskog rada. Tokom izrade diplomskog rada, mentor može davati dodatna uputstva studentu, upućivati na određenu literaturu i dodatno ga usmeravati u cilju izrade kvalitetnog diplomskog rada. U okviru teorijskog dela diplomskog rada student obavlja konsultacije sa mentorom, a po potrebi i sa drugim nastavnicima koji se bave problematikom iz oblasti teme diplomskog rada. U okviru zadate teme, student po potrebi vrši i određena merenja, ispitivanja, brojanja, ankete i druga istraživanja, ako je to predviđeno zatom diplomskog</p>				

	rada. Student sačinjava diplomski rad i nakon dobijanja saglasnosti od strane komisije za ocenu i odbranu, ukoričene primerke dostavlja komisiji. Odbrana diplomskog rada je javna, a student je obavezan da nakon prezentacije usmeno odgovori na postavljena pitanja i primedbe.		
Ocjenjivanje (maksimalni broj poena 100)			
Predispitne obaveze	poena	Završni ispit	Poena
Aktivnosti u nastavi		Pismeni	
Istraživački rad		Usmeni	
Kolokvijum-i			
Seminar-i			
Posebna napomena za predmet: Nema			