



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

**KNJIGA PREDMETA**  
**PRVOG CIKLUSA STUDIJA**  
**EKONOMSKOG FAKULTETA**

**Studijski program:**  
**Marketing**

## SADRŽAJ

1.	O STUDIJSKOM PROGRAMU.....	1
2.	UTEMELJENOST STUDIJSKOG PROGRAMA.....	1
3.	CILJEVI STUDIJSKOG PROGRAMA.....	1
4.	DUŽINA TRAJANJA STUDIJA I NAČIN IZVOĐENJA.....	1
5.	AKADEMSKO ZVANJE KOJE SE STIČE ZAVRŠETKOM STUDIJA.....	1
6.	ISHODI PROCESA UČENJA I MATRICA ISHODA .....	1
7.	NAUČNA OBLAST .....	1
8.	USLOVI ZA UPIS NA STUDIJ .....	1
9.	NAČIN IZVOĐENJA STUDIJA.....	1
10.	PRAKTIČNI RAD STUDENATA (STUDENTSKA PRAKSA).....	1
11.	SEMINARSKI RADOVI I DIPLOMSKI RAD.....	1
12.	BODOVNA VRIJEDNOST STUDIJSKIH PROGRAMA (ECTS bodovi).....	1
13.	NASTAVNI PLAN I PROGRAM – 240 ECTS .....	2
14.	NASTAVNI PLAN I PROGRAM – 180 ECTS .....	3

## PREDMETI

POSLOVNA MATEMATIKA.....	5
OSNOVE EKONOMIJE.....	6
SOCIOLOGIJA.....	7
INFORMATIKA .....	8
RAČUNOVODSTVO.....	10
MIKROEKONOMIJA.....	11
POSLOVNA ETIKA I KOMUNIKACIJA .....	12
OSNOVE MENADŽMENTA .....	13
POSLOVNA STATISTIKA.....	14
ENGLJSKI JEZIK 1 .....	15
MAKROEKONOMIJA .....	16
MARKETING .....	17
FINANSIJE .....	18
POSLOVNO PRAVO.....	19
PREDUZETNIČKA EKONOMIJA.....	20
MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA.....	21
MEĐUNARODNA EKONOMIJA .....	23
ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA .....	24
ENGLJSKI JEZIK 2 .....	25

<b>PRAKSA 1 .....</b>	<b>26</b>
<b>STRATEGIJSKI MENADŽMENT .....</b>	<b>28</b>
<b>MEĐUNARODNO POSLOVANJE .....</b>	<b>29</b>
<b>FINANSIJSKI MENADŽMENT .....</b>	<b>30</b>
<b>MARKETINŠKO KOMUNICIRANJE .....</b>	<b>31</b>
<b>UPRAVLJANJE MARKETINGOM.....</b>	<b>33</b>
<b>DIGITALNA EKONOMIJA .....</b>	<b>34</b>
<b>UPRAVLJANJE PROJEKTIMA.....</b>	<b>35</b>
<b>PONAŠANJE POTROŠAČA.....</b>	<b>36</b>
<b>MEĐUNARODNI MARKETING .....</b>	<b>38</b>
<b>PRAKSA 2 .....</b>	<b>40</b>
<b>BIZNIS PLAN .....</b>	<b>41</b>
<b>DIGITALNI MARKETING .....</b>	<b>42</b>
<b>KORPORATIVNO UPRAVLJANJE.....</b>	<b>43</b>
<b>POSLOVNO PREGOVARANJE .....</b>	<b>44</b>
<b>PRAKSA 3 .....</b>	<b>46</b>
<b>EKONOMSKA DIPLOMATIJA.....</b>	<b>47</b>
<b>OSIGURANJE.....</b>	<b>48</b>
<b>ODNOSI S JAVNOŠĆU.....</b>	<b>49</b>
<b>MARKETING LOGISTIKA .....</b>	<b>51</b>
<b>ZAVRŠNI RAD – DIPLOMSKI RAD.....</b>	<b>53</b>

## **1. O STUDIJSKOM PROGRAMU**

U modernom i dinamičnom tržišnom okruženju 21. vijeka, kada znanje sve više postaje ključ do uspjeha i moći, a zaposleni najvažniji resurs, ova oblast zauzima fundamentalno mjesto. Pojedinci koji su kompetentni, stručni i spremni za nove poslovne izazove, prilagođavanje i imaju proaktivan odnos prema upravljanju poslovnim događajima, predstavljaju značajan kadrovski resurs za najširi segment poslovnih subjekata. U tom smislu u narednom periodu očekuje se značajan porast tražnje za zaposlenima ovoga profila, čime se stvara veliki prostor za ličnu i profesionalnu afirmaciju.

Program je namijenjen onima koji žele aktivno da učestvuju u procesima poslovnog odlučivanja i upravljanja poslovnim sistemima u dinamičnom tržišnom ambijentu, kako na lokalnom, tako i na regionalnom i globalnom nivou, ali i onima koji žele da pokrenu i unaprijede svoje poslovanje. Uspješnim završetkom određenog nivoa akademskih studija studenti mogu da primjenjuju stečena znanja, principe i praksu upravljanja znanjem i procesima u organizacijama i utiču na produktivnost i kvalitet poslovanja u najširem segmentu institucija javnog i privatnog sektora.

Studije su planirane po modelu: 4+1 ili 3+1+1.

Studenti sa završenim prvim ciklusom studija (tri ili četiri godine i 180 ili 240 ECTS bodova) mogu u timovima i samostalno obavljati poslove u struci za koju su obrazovani.

Drugi ciklus studija dopunjuje stručna znanja, ali i priprema kandidate za nastavak školovanja na doktorskim studijama i bavljenje naučno-istraživačkim radom i vrednovan je sa 60 ECTS kredita.

## **2. UTEMELJENOST STUDIJSKOG PROGRAMA**

Akademski studij prvog ciklusa studijskog programa Marketing zasnovan je na:

- Bolonjskoj deklaraciji;
- Zakonu o visokom obrazovanju RS;
- Statutu Univerziteta za poslovni inženjering i menadžment u Banjoj Luci,

## **3. CILJEVI STUDIJSKOG PROGRAMA**

Cilj studija je osposobiti studente za različite poslove visokog nivoa složenosti iz oblasti poslovne ekonomije, menadžmenta i nadograditi tu osposobljenost specifičnim znanjem iz oblasti marketinga.

Cilj studijskog programa Marketing je da studenti steknu menadžerska ekonomska znanja, kao i konkretna, teorijska i praktična specijalizovana znanja iz oblasti marketinga i na taj način budu osposobljeni za obavljanje najsloženijih marketinških poslova u subjektima privrednih i vanprivrednih djelatnosti, naročito onih koji se nalaze na najvišem nivou menadžmenta.

## **4. DUŽINA TRAJANJA STUDIJA I NAČIN IZVOĐENJA**

Akademski studij prvog ciklusa studijskog programa Marketing traje 6 ili 8 semestara (3 ili 4 akademske godine) i vrednovan je sa 180 ili 240 ECTS bodova.

Nastava se izvodi kroz predavanje, interaktivnu nastavu, vježbe, individualno učenje, izradu seminarskih radova, učešćem u empirijskim istraživanjima i konsultacijama.

## **5. AKADEMSKO ZVANJE KOJE SE STIČE ZAVRŠETKOM STUDIJA**

Završetkom akademskog studija prvog ciklusa studijskog programa Marketing studenti stiču zvanje (u skladu sa Zakonom o zvanjima koja se stiču završetkom visokog obrazovanja, Službeni glasnik Republike Srpske broj: 33/14 i 63/14):

- Diplomirani ekonomista - 240 ECTS bodova ili
- Diplomirani ekonomista – menadžer – 180 ECTS.

## **6. ISHODI PROCESA UČENJA I MATRICA ISHODA**

Studijski program Marketing koncipiran je tako da studentu pruži mogućnost sticanja opštih kompetencija koje mu omogućavaju rješavanje kompleksnih zadataka iz oblasti tržišnog komuniciranja, istraživanja tržišta, reklame, distribucije i prodaje. Po završetku studijskog programa, studenti će

posjedovati kompetencije koje se odnose na sposobnost rješavanja problema, planiranja i organizovanja, sposobnost samostalnog i timskog rada, sposobnost usmene i pismene komunikacije, sposobnost primjene znanja u praksi, odnosno, biće osposobljeni da:

1. Spoznaju i razumiju savremena kretanja u menadžmentu i donose poslovne odluke, razvijaju i primjenjuju strategije;
2. Primjene tehnike planiranja, principe organizacije preduzeća ili institucije, definišu ciljeve i politike preduzeća ili organizacije, sprovedu metode kontrole;
3. Izvrše analizu okruženja i resursa preduzeća ili organizacije;
4. Razumiju značaj i primjene etičke kodekse u poslovanju i poslovnoj komunikaciji, kao i da shvate značaj marketing komunikacija;
5. Pokaže vještinu u prezentaciji, komunikaciji, istraživanju i detaljnoj analizi i rješavanju problema;
6. Koriste savremenu informacionu tehnologiju u poslovne svrhe;

Studenti će posjedovati i specifične stručne kompetencije iz domena marketinga, odnosno biće osposobljeni da:

- A. Spoznaju i razumiju kompleksnost i značaj marketinga i upravljanja marketingom;
- B. Vladaju teorijskim i praktičnim znanjima iz analize i istraživanja tržišta, formiranja ponude, predviđanja ponašanja potrošača, kanala distribucije, priprema za uspješno marketinško komuniciranje;
- C. Identifikuju ključne probleme u procesu pripreme sopstvenih aktivnosti za pozicioniranje proizvoda ili usluge na tržištu;
- D. Povezuju teorijske sa praktičnim aspektima u upravljanju destinacijama na domaćem i stranom tržištu, stvaranju imidža destinacije, upravljanju ljudskim resursima i uslužnim ambijentom i rezultatom;
- E. Definišu optimalne marketing strategije nastupa na tržištu koje će dati pozitivne efekte u poslovanju kako proizvodnim i uslužnim organizacijama, malim i srednjim preduzećima, tako i velikim međunarodnim kompanijama;

## MATRICA ISHODA UČENJA MARKETING

Studijski program Predmeti		ISHODI UČENJA												
		Opšte kompetencije i sposobnosti						Stručne kompetencije i sposobnosti						
		1	2	3	4	5	6	A	B	C	D	E		
PRVA GODINA	Poslovna matematika		x	x		x								
	Osnove ekonomije		x	x				x	x					
	Sociologija	x			x	x								
	Informatika			x	x		x		x					
	Računovodstvo		x	x		x								
	Mikroekonomija		x	x					x					
	Poslovna etika i komunikacije					x	x		x			x		
	Osnove menadžmenta	x	x		x	x								
	Poslovna statistika		x	x				x						
	Engleski jezik 1					x	x		x			x		
DRUGA GODINA	Makroekonomija		x	x					x			x		
	Marketing		x			x			x					
	Finansije		x	x					x					
	Poslovno pravo		x	x										
	Preduzetnička ekonomija		x	x										
	Menadžment ljudskih resursa	x				x								
	Međunarodna ekonomija							x	x	x		x		
	Istraživanje tržišta			x	x									
	Engleski jezik 2					x	x		x			x		
	Praksa 1	x	x	x	x	x	x							
TREĆA GODINA	Strategijski menadžment	x		x					x	x				
	Međunarodno poslovanje											x	x	
	Finansijski menadžment	x	x	x										x
	Marketinško komuniciranje								x	x	x	x	x	
	Upravljanje marketingom							x	x	x	x	x	x	
	Digitalna ekonomija					x	x					x	x	
	Upravljanje projektima	x	x	x				x	x					
	Ponašanje potrošača								x	x	x	x	x	
	Međunarodni marketing	x			x			x		x	x	x	x	
	Praksa 2		x	x	x		x	x	x	x				
ČETVRTA GODINA	Biznis plan		x	x	x			x	x	x				
	Digitalni marketing		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Korporativno upravljanje	x	x	x				x		x				
	Poslovno pregovaranje					x						x	x	
	Praksa 3	x	x	x	x	x	x		x	x				
	Ekonomska diplomatija											x	x	
	Osiguranje		x					x						

## MATRICA ISHODA UČENJA MARKETING

	Odnosi s javnošću								X	X	X	X
	Marketing logistika	X	X	X			X	X	X	X	X	
	Diplomski rad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

## **7. NAUČNA OBLAST**

Studij marketinga pripada naučnoj oblasti društvenih nauka, ekonomska nauka pripada naučnom polju međunarodna ekonomija.

## **8. USLOVI ZA UPIS NA STUDIJ**

Uslov za upis prvog ciklusa studija marketinga je završena četverogodišnja srednja škola. Klasifikacija i izbor kandidata za upis vrši se na osnovu postignutnog uspjeha u srednjem obrazovanju.

Student koji je započeo studij po akreditovanom planu na drugom fakultetu može da se upiše na odgovarajuću godinu studija prvog ciklusa. Prelazak studenta sa drugog studijskog programa i/ili druge visokoškolske ustanove na studijski program Marketing Ekonomskog fakulteta, Univerziteta PIM regulisan je Zakonom o visokom obrazovanju, Statutom Univerziteta, Pravilnikom o organizovanju obrazovnog rada i Pravilnikom o mobilnosti studenata i prenosu ECTS bodova.

## **9. NAČIN IZVOĐENJA STUDIJA**

Rad studenata prati se kontinuirano tokom čitavog semestra na sljedeći način:

- redovno prisustvovanje na nastavi;
- procjena aktivnog učestvovanja u nastavi;
- ulazni/izlazni kolokvijum;
- izrada seminarskog/praktičnog rada;
- tematske provjere;
- procjenjivanje urađenih planskih zadataka prema programu predmeta, itd.

Kroz ove sadržaje student sakuplja bodove koji su predviđeni za pojedine aktivnosti, u skladu sa nastavnim programom za svaki pojedini predmet. Za pokazano znanje i aktivnost studenti se ocjenjuju prema Zakonu, Statutu i Pravilniku o organizaciji obrazovnog rada. Na početku školske godine predmetni nastavnik upoznaje studente sa pravilima: načinom i oblicima rada, brojem bodova koje donose pojedine aktivnosti.

Uspjeh studenta na ispitu označava se i izražava ocjenama od 10 do 5, prema sljedećim kriterijima: 10 – 95 do 100 bodova; 9 – 85 do 94 bodova; 8 – 75 do 84 bodova; 7 – 65 do 74 bodova; 6 – 55 do 64 bodova.; 5 – 54 bodova i manje.

## **10. PRAKTIČNI RAD STUDENATA (STUDENSKA PRAKSA)**

U toku prvog ciklusa studija na studijskom programu Marketing predviđeno je obavljanje studentske prakse u drugoj, trećoj i četvrtoj godini studija.

Praksa se obavlja u odgovarajućoj stručnoj ustanovi po izboru studenta, a pod supervizijom odgovornog nastavnika za predmet Praksa i podrazumijeva rad u okviru struke.

Student je obavezan da priloži potvrdu o obavljenoj praksi, koju izdaje ustanova u kojoj je praksa obavljena.

## **11. SEMINARSKI RADOVI I DIPLOMSKI RAD**

*Seminarski rad:* zadaci predviđeni za individualni naučno-istraživački rad studenta (seminarski i slično) ravnomjerno će se raspoređivati u toku semestra. Broj i vrsta seminarskih radova će zavisiti od programa obaveznih i izbornih predmeta. Ukupni obim ovih zadataka će biti usaglašen sa opterećenjem predviđenim na predmetu, saglasno ECTS kreditima.

*Završni rad na prvom ciklusu:* Na prvom ciklusu studija u obimu od 240 ECTS bodova student obavezno radi diplomski rad nakon položenih ispita. Odbranom diplomskog rada student stiče zvanje diplomiranog ekonomiste – 240 ECTS bodova.

## **12. BODOVNA VRIJEDNOST STUDIJSKIH PROGRAMA (ECTS bodovi)**

Za prvi ciklus studija marketinga student ostvaruje za svaki semestar 30 ECTS bodova, što znači 60 ECTS bodova za akademsku godinu i ukupno 180 ili 240 ECTS bodova. Broj ECTS bodova za svaki predmet naveden je u listi predmeta za prvi ciklus studija. ECTS bodovi za svaki predmet računaju se



po metodi njegovog učešća u cjelokupnom opterećenju date akademske godine. Opterećenje se računa kao broj cjelokupnih sati predavanja, vježbi i drugih obaveza za predmet u skladu sa Evropskim sistemom prenosa bodova i Vodičem za korišćenje ECTS-a.

### 13. NASTAVNI PLAN I PROGRAM – 240 ECTS

1. GODINA								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	1. semestar		2. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-POM	Poslovna matematika	O	2	2			6
2	E-OSE	Osnove ekonomije	O	2	2			6
3	E-SOC	Sociologija	O	2	1			5
4	E-INF	Informatika	O	2	2			6
5	E-RAČ	Računovodstvo	O	3	2			7
6	E-MIE	Mikroekonomija	O			3	2	7
7	E-PEK	Poslovna etika i komunikacija	O			2	1	5
8	E-OME	Osnove menadžmenta	O			2	2	6
9	E-POS	Poslovna statistika	O			3	2	6
10	E-EJ1	Engleski jezik 1	O			2	1	6
UKUPNO časova sedmično/ECTS				20		20		60
2. GODINA								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	3. semestar		4. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-MAE	Makroekonomija	O	3	2			7
2	E-MAR	Marketing	O	2	2			6
3	E-FIN	Finansije	O	3	2			7
4	E-POP	Poslovno pravo	O	2	2			5
5	E-PRE	Preduzetnička ekonomija	O	2	2			5
6	E-MLJR	Menadžment ljudskih resursa	O			3	2	7
7	E-MDE	Međunarodna ekonomija	O			3	2	7
8	E-IST	Istraživanje tržišta	O			2	2	6
9	E-EJ2	Engleski jezik 2	O			2	1	6
10	E-PR1	Praksa 1	O			-	3	4
UKUPNO časova sedmično/ECTS				22		20		60
3. GODINA								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	5. semestar		6. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-STM	Strategijski menadžment	O	2	2			6
2	E-MDP	Međunarodno poslovanje	O	2	2			6
3	E-FIM	Finansijski menadžment	O	3	2			6
4	E-MKO	Marketinško komuniciranje	O	2	2			6
5	E-UPM	Upravljanje marketingom	O	2	2			6
6	E-DIE	Digitalna ekonomija	O			3	2	7
7	E-UPP	Upravljanje projektima	O			3	2	7
8	E-POT	Ponašanje potrošača	O			2	2	6

9	E-MDM	Međunarodni marketing	O			2	2	6
10	E-PR2	Praksa 2	O			-	3	4
<b>UKUPNO časova sedmično/ECTS</b>						<b>21</b>	<b>21</b>	<b>60</b>
<b>4. GODINA</b>								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	7. semestar		8. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-BIP	Biznis plan	O	3	2			7
2	E-DIM	Digitalni marketing	O	2	2			6
3	E-KOU	Korporativno upravljanje	O	3	2			7
4	E-PPR	Poslovno pregovaranje	O	2	2			6
5	E-PR3	Praksa 3	O	-	3			4
6	E-EKD	Ekonomska diplomatija	O			3	2	6
7	E-OSG	Osiguranje	O			3	2	6
8	E-ODJ	Odnosi s javnošću	O			3	2	6
9	E-MLO	Marketing logistika	O			3	2	6
10	E-DIPL	Završni rad - diplomski rad	O	-	-	-	-	6
<b>UKUPNO časova sedmično/ECTS</b>						<b>21</b>	<b>20</b>	<b>60</b>

#### 14. NASTAVNI PLAN I PROGRAM – 180 ECTS

<b>1. GODINA</b>								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	1. semestar		2. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-POM	Poslovna matematika	O	2	2			6
2	E-OSE	Osnove ekonomije	O	2	2			6
3	E-SOC	Sociologija	O	2	1			5
4	E-INF	Informatika	O	2	2			6
5	E-RAČ	Računovodstvo	O	3	2			7
6	E-MIE	Mikroekonomija	O			3	2	7
7	E-PEK	Poslovna etika i komunikacija	O			2	1	5
8	E-OME	Osnove menadžmenta	O			2	2	6
9	E-POS	Poslovna statistika	O			3	2	6
10	E-EJ1	Engleski jezik 1	O			2	1	6
<b>UKUPNO časova sedmično/ECTS</b>						<b>20</b>	<b>20</b>	<b>60</b>
<b>2. GODINA</b>								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	3. semestar		4. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-MAE	Makroekonomija	O	3	2			7
2	E-MAR	Marketing	O	2	2			6
3	E-FIN	Finansije	O	3	2			7
4	E-POP	Poslovno pravo	O	2	2			5
5	E-PRE	Preduzetnička ekonomija	O	2	2			5
6	E-MLJR	Menadžment ljudskih resursa	O			3	2	7
7	E-MĐE	Međunarodna ekonomija	O			3	2	7

8	E-IST	Istraživanje tržišta	O			2	2	6
9	E-EJ2	Engleski jezik 2	O			2	1	6
10	E-PR1	Praksa 1	O			-	3	4
		<b>UKUPNO časova sedmično/ECTS</b>				<b>22</b>	<b>20</b>	<b>60</b>
<b>3. GODINA</b>								
r.b.	šifra	Predmet	vrsta	5. semestar		6. semestar		ECTS
				P	V	P	V	
1	E-STM	Strategijski menadžment	O	2	2			6
2	E-MDP	Međunarodno poslovanje	O	2	2			6
3	E-FIM	Finansijski menadžment	O	3	2			6
4	E-MKO	Marketinško komuniciranje	O	2	2			6
5	E-UPM	Upravljanje marketingom	O	2	2			6
6	E-DIE	Digitalna ekonomija	O			3	2	7
7	E-UPP	Upravljanje projektima	O			3	2	7
8	E-POT	Ponašanje potrošača	O			2	2	6
9	E-MDM	Međunarodni marketing	O			2	2	6
10	E-PR2	Praksa 2	O			-	3	4
		<b>UKUPNO časova sedmično/ECTS</b>				<b>21</b>	<b>21</b>	<b>60</b>

Naziv predmeta	1.1.1.1 POSLOVNA MATEMATIKA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-POM	obavezan	1.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>		E-POM			
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Razvoj logičkog zaključivanja i algoritamskog načina rješavanja problema. Upoznavanje sa osnovama linearne algebre, diferencijalnog i integralnog računa, finansijske matematike i njihove primjene u ekonomiji. Osnovni cilj ovog modula je da studenti steknu znanja iz oblasti više matematike, kako bi bili što bolje pripremljeni za slušanje drugih disciplina u okviru predmeta koji se direktno ili indirektno oslanjaju na matematiku. Osim toga, jedan od vrlo važnih ciljeva je taj da se studentima što više demonstriraju praktični modeli iz ekonomije, za čije se ispitivanje koristi stečeno znanje iz ovog modula.					
<b>Ishod predmeta:</b> Nakon završenog procesa učenja studenti će biti sposobni da razumiju i primjene: rad sa matricama, nalaženje inverzne matrice, rješavanje sistema linearnih jednačina, analizu funkcije jedne realne promjenljive, analizu funkcije dvije realne promjenljive, integraciju funkcije jedne realne promjenljive, diferencijalni i integralni račun, procentni i kamatni račun.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Matrice: pojam, osobine, operacije				
2.	Determinante, pojam i osobine				
3.	Linearna algebra: sistemi jednačina				
4.	Rješavanje sistema linearnih algebarskih jednačina pomoću matrica i determinanti				
5.	Funkcije jedne promjenljive, izvodi i primjena na ispitivanje ekonomskih funkcija				
6.	Funkcije više promjenljivih, problemi optimizacije				
7.	Granična vrijednost funkcije, brzina promjene funkcije				
8.	Pojam i interpretacija izvoda, pravila diferenciranja, izvodi elementarnih funkcija				
9.	Prvi test				
10.	Primjena diferencijalnog računa u ekonomiji: globalni i lokalni ekstremi				
11.	Primjena diferencijalnog računa: krive indiferencije, elastičnost				
12.	Diferencijalni račun funkcija više promjenljive: parcijalni izvodi, totalni diferencijal, lančano pravilo				
13.	Primjena u ekonomiji: lokalni ekstremi funkcija više promjenljivih, vezani ekstremi, granične funkcije				
14.	Neodređeni i određeni integrali i njihova primjena u ekonomiji				
15.	Diferencijalne i diferencne jednačine i njihova primjena				
16.	Osnovni tipovi diferencijalnih jednačina prvog i drugog reda				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:			U semestru:		
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
<b>6/30=0,2</b>			6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>		
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,		
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
<b>= 8 sati</b>			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b>					
Kočović, J., Pavlović, M. (2010). Uvod u finansijsku matematiku. Beograd: Ekonomski fakultet. Centar za izdavačku delatnost.;					
Boričić, B., Ivović, M. (2015). Matematika. Ekonomski fakultet. Beograd.;					
Nurkanović, M. Kurtanović, O. (2013). Matematika za ekonomiste. PrintCom. Tuzla.					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.					
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema					

Naziv predmeta	1.1.1.2 OSNOVE EKONOMIJE					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
E-OSE	obavezan	1.	6	2	2	
Šifra predmeta	E-OSE					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Svrha ovog predmeta je da studenti steknu osnovna znanja o istorijskom razvoju ekonomske nauke, osnovne zakonitosti u ekonomiji, osnovne ekonomske kategorije i suštinu funkcionisanja mikroekonomskih i makroekonomskih sistema. Takođe, studenti će steći osnovna znanja o ekonomskim pojavama i procesima.						
<b>Ishodi učenja:</b> Nakon završenog procesa učenja studenti će biti osposobljeni da vladaju osnovnim ekonomskim pojmovima, kategorijama, suštinom mikro i makroekonomskih sistema, kao i osnovnim kategorijama i zakonima savremene robne privrede, zakonima o tržišnom mehanizmu i njegovom funkcionisanju, osnovnim dohocima (profit, najamnina, kamata, dividenda, renta), kao i o promjenama u proizvodnoj i tržišnoj strukturi savremene robne privrede, te sa osnovnim makroekonomskim problemima.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Politička ekonomija kao nauka					
2.	Šta je ekonomija i metode istraživanja u ekonomiji					
3.	Ekonomske zakoni, tri ključna ekonomska zakona					
4.	Obim društvene proizvodnje i društvena reprodukcija					
5.	Robna proizvodnja i tržište					
6.	Osnovni elementi ponude i tražnje, elastičnost ponude i tražnje					
7.	Savremeni ekonomski sistem, učesnici u ekonomskim događajima i njihovo ponašanje					
8.	Obim proizvodnje i obrt kapitala, profit, profitna stopa i akumulacija kapitala					
9.	Prvi test					
10.	Tržište rada					
11.	Tržište zajmovnog kapitala i tržište realnog kapitala					
12.	Bankarski sistem					
13.	Trgovački kapital i akcijski kapital					
14.	Tržišna struktura savremenog kapitalizma, ekonomske funkcije države u savremenim privredama					
15.	Javna dobra, eksternalije i javni izbor, međunarodna razmjena					
16.	Ekonomske rast, ekonomske krize					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
<b>6/30=0,2</b>			6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,			
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
<b>= 8 sati</b>			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b>						
Terzić, L. (2019). Osnovi ekonomije. Ekonomski fakultet Brčko. Brčko.;						
Čaušević, F. (2010). Osnove ekonomije. Ekonomski fakultet Sarajevo.;						
Ivanić, M. (2010). Principi ekonomije. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.						
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.						
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema						

Naziv predmeta	1.1.1.3 SOCIOLOGIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-SOC	obavezan	1.	5	2	1
<b>Šifra predmeta</b>	E-SOC				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Upoznavanje studenata sa osnovnim saznanjima o savremenom društvenom i kulturnom okruženju u kojem se odvijaju društveno-ekonomske aktivnosti. Osposobljavanje studenata za primjenu ključnih socioloških pojmova i teorija koje objašnjavaju društvena ponašanja individualnih i grupnih aktera na nacionalnom, regionalnom i globalnom nivou. Sa sociološkog aspekta se pristupa ekonomskim promjenama, ekonomskim odnosima i ekonomskom rastu koji se nalaze u osnovi društvenog razvoja i napretka. Pomaže studentima u prepoznavanju pojava i snalaženju u svojoj sredini, te užem i širem okruženju.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Nakon završenog procesa učenja student će posjedovati fundamentalna društveno-humanistička znanja o savremenom društvu i imati osnovna znanja za primjenu sociometrijskih i anketnih istraživanja javnog mnjenja metodom upitnika – intervjua.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvod u ekonomsku sociologiju – sociologiju ekonomskih procesa				
2.	Predmet sociologije (pojam društva, opšte karakteristike savremenog društva i društvene strukture)				
3.	Metode sociološkog istraživanja				
4.	Potrebe, interesi i vrijednosti				
5.	Društvene grupe i karakteristike savremenih društvenih grupa (sa osvrtom na stanje i perspektive savremene porodice)				
6.	Socijalna struktura savremenog društva				
7.	Država i oblici političke vlasti, razvoj pravne države				
8.	Oblici i uzroci društvene pokretljivosti unutar društvene strukture globalnog društva, moć u društvu				
9.	Prvi test				
10.	Savremeno svjetsko društvo				
11.	Tipologija globalnih društava u savremenosti				
12.	Društveni konflikti i njihova uloga u društvenom razvoju				
13.	Kultura, karakteristike savremene kulture, kultura i ekonomija				
14.	Sociologija ekonomskih procesa				
15.	Ekonomske rast i društveni razvoj				
16.	Demografski i socijalni aspekti ekonomskog razvoja; ekonomski aspekti rodne (ne)ravnopravnosti				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>5/30=0,16</b>	5 kredita x 30 sati/kreditu=150 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x 15= 45 sati predavanja i vježbi,				
= 0,16 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 6 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 75 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Aleksander, Dž. Č., Tompson, K., Desfor Edls, L., Kapu-Desilas, M. (2020). Savremeni uvod u sociologiju: kultura i društvo u tranziciji. Beograd: Ekonomski fakultet.; Vilić, D. (2013). Sociologija za ekonomiste. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.; Gidens, E. (2008). Sociologija. Beograd: Ekonomski fakultet. INFORMATIKA				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.4 INFORMATIKA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-INF	obavezan	1.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-INF				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa savremenim teorijskim i praktičnim aspektima poslovne informatike. Studenti se upoznaju sa poslovnom informatikom kao teorijskom i praktičnom disciplinom, kao i sa primjenom informacione tehnologije u poslovanju. Posebno se izučava problematika pojedinih komponenata informacionih sistema, kao i globalna računarska mreža internet i elektronsko poslovanje. Cilj izučavanja predmeta je da se upozori i na rizike koje stvara primjena informacione tehnologije u poslovanju, te da se naglasi potreba za vođenjem brige o bezbjednosti informacionih sistema i zaštiti od zloupotreba informacione tehnologije.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da koriste računare pod operativnim sistemom Windows, uključujući korišćenje resursa podataka u fajl sistemu, mrežnih resursa, korišćenje udaljenog pristupa računaru, vršenje administracije korisničkih naloga i prava pristupa resursima, obezbjeđivanje računarskog sistema od zlonamjernog softvera; koriste programe za tabelarne proračune kao alat za rješavanje zadataka iz oblasti ekonomije; vrše osnovno struktuiranje podataka u baze podataka i da crpe željene informacije iz baze podataka; koriste Internet tehnologije na bezbjedan način.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Informatika i savremeni svijet				
2.	Globalizacija i ekonomija znanja; strateška primjena informacione tehnologije u ekonomiji znanja				
3.	Informacione tehnologije kao infrastruktura u poslovanju				
4.	Hardware i Software				
5.	Podaci, informacije, znanje; organizacija podataka na računaru (datoteke, baze podataka, skladište podataka, baza dokumenata)				
6.	Ergonomija radnih mjesta s personalnim računarima; organizacija i upravljanje informatikom kao poslovnim funkcijom				
7.	Načini organizacije informacionog sistema; računarske mreže i internet tehnologija				
8.	Internet usluge, intranet i ekstranet				
9.	Prvi test				
10.	Primjena informacione tehnologije u poslovanju; dijelovi informacionog sistema – organizacioni aspekt				
11.	Dijelovi informacionog sistema – funkcionalni aspekt				
12.	Integralni informacioni sistem				
13.	Sistemi za poslovno odlučivanje (modeliranje u poslovnom odlučivanju, metode računarskog modeliranja, simulaciono modeliranje)				
14.	Ekspertni sistemi; elektronsko poslovanje				
15.	Primjene koncepta elektronskog poslovanja (elektronski marketing, elektronsko bankarstvo, elektronska trgovina, učenje na daljinu, poslovanje u pokretu)				
16.	Rizici primjene informacione tehnologije u poslovanju; zloupotreba informacione tehnologije i informatički rizici, informatički kriminalitet				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x15= 60 <b>sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad:</b> učenje, seminarski, konsultacije <b>90 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					
	Arsovski, Z., Ranković, V., Kalinić Z., Milanović I. (2012). Informacione tehnologije. Ekonomski fakultet, Kragujevac.;				
	Aleksić Marić, V. (2008). Poslovna informatika. Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.				

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema



Naziv predmeta	1.1.1.5 RAČUNOVODSTVO				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-RAČ	obavezan	1.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-RAČ				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Savladavanje osnova računovodstva, a posebno razumijevanje: globalne procedure u knjigovodstvu, knjigovodstvenih instrumenata, pojma i suštine knjigovodstva i računovodstva, razlike između finansijskog i upravljačkog računovodstva, sistema dvojnog knjigovodstva, obračunskog osnova računovodstva, vrsta računa, pravila knjiženja, principa urednog knjigovodstva, računovodstvenih načela, osnovnih računovodstvenih kategorija, pravila vrednovanja elemenata finansijskih izvještaja, popisa, predzaključnih i zaključnih knjiženja, izrade probnog bilansa i zaključnog lista, sadržaja osnovnih elemenata finansijskih izvještaja i drugo.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Nakon položenog ispita studenti će posjedovati znanja i vještine za razumijevanje globalne procedure u knjigovodstvu i knjigovodstvenih instrumenata, razumiju razlike između knjigovodstva i računovodstva, sistema dvojnog knjigovodstva i obračunskog osnova računovodstva, vrsta računa i pravila knjiženja, principa urednog knjigovodstva i osnovnih računovodstvenih načela, pravila vrednovanja, osnovnih principa popisa, zaključnih knjiženja i izrade zaključnog lista kao osnove za pripremu osnovnih finansijskih izvještaja.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje građiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Osnovni pojmovi računovodstva i knjigovodstva				
2.	Predmet i cilj knjigovodstva				
3.	Principi urednog knjigovodstva i računovodstvena načela				
4.	Osnove globalne procedure u knjigovodstvu i knjigovodstveni instrumenti				
5.	Knjigovodstveni računi: pojam, vrste i pravila knjiženja na računima				
6.	Kontni okvir i kontni plan				
7.	Inventar imovine				
8.	Greške u knjigovodstvu				
9.	Prvi test				
10.	Osnivanje pravnog lica i pribavljanje početnog kapitala				
11.	Nabavka stalne i tekuće (obrtne) imovine				
12.	Obaveze: pojam, klasifikacija, nastanak i izmirenje				
13.	Rashodi i troškovi po prirodnim vrstama, principi vrednovanja prihoda				
14.	Poslovni, finansijski, ostali i revalorizacioni prihodi				
15.	Metode bilansiranja finansijskog rezultata				
16.	Predzaključna i zaključna knjiženja; osnovni principi pripreme i prezentacije finansijskih izvještaja u skladu sa MSFI, osnove analize finansijskih izvještaja				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu=210 sati			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,			
	= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					
	Šnjegota, D. (2010). Primjena MSFI kroz bilansni kontni okvir. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci;				
	Škarić, Jovanović, K. (2006). Finansijsko računovodstvo. Beograd: Ekonomski fakultet; Gray/Needles.;				
	Klobučar, J. (2003). Računovodstvo. Sarajevo: Ekonomski fakultet Sarajevo.;				
	Spremo, R. (2012). Računovodstvo. Banjaluka.;				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.6 MIKROEKONOMIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MIE	obavezan	2.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-MIE				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Upoznavanje prirode motivacije koja određuje ponašanje tržišnih učesnika i zakonitosti funkcionisanja tržišta koja uspostavljaju tim ponašanjem. Smisao takvog izučavanja je da student ovlada osnovama ekonomske logike, shvati ulogu ekonomske motivacije, ekonomskih ciljeva, konkurencije, slobode ekonomskog odlučivanja, donošenja odluka u uslovima neizvjesnosti i osnove preuzimanja ekonomskog rizika. Takođe, jedan od ciljeva je i osposobljavanje studenata za razumijevanje ključnih mikroekonomskih pojava i procesa, kao i za agregatno posmatranje ekonomije, odnosno njeno funkcionisanje.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti sposobljeni da na bazi mikroekonomskih principa sagledavaju ekonomske ishode i donose efikasne odluke u pogledu alternativne upotrebe resursa; da složenu ekonomsku stvarnost tržišnih subjekata modeluju i na osnovu toga vrše ekonomsku analizu; da koriste osnovne alate mikroekonomske analize.; da identifikuju determinirajuće varijable ponude i tražnje; da prepoznaju oblike i stepene konkurencije u savremenim tržišnim uslovima i efekte koje oni proizvode po ukupno ekonomsko blagostanje.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvodna razmatranja -Tržište i cijene				
2.	Osnove ponude i tražnje				
3.	Budžetsko ograničenje				
4.	Preferencije potrošača, korisnost, otkrivene preferencije				
5.	Ponašanje potrošača				
6.	Pojedinačna i tržišna tražnja, efekat supstitucije i efekat dohotka				
7.	Proizvodna tehnologija i izokvante				
8.	Troškovi proizvodnje				
9.	Prvi test				
10.	Maksimiziranje profita i konkurentna ponuda				
11.	Analiza konkurentnih tržišta				
12.	Tržišna moć - monopol, monopolsko ponašanje				
13.	Monopolistička konkurencija i oligopol				
14.	Tržište faktora proizvodnje				
15.	Razmjena i blagostanje, ekonomska efikasnost				
16.	Tržišta sa asimetričnim informacijama, eksternalije i javna dobra				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= <b>75sati</b> predavanja i vježbi,			
	= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005), Mikroekonomija (prevod), MATE, Zagreb; Varijan, H. (2014). Mikroekonomija (prevod). CID Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu.; Maksimović, Lj. (2008). Teorija cene – mikroekonomske teme. Ekonomski fakultet u Kragujevcu.; Tatić, K. i Avdić, A. (2015). Mikroekonomija – praktična primjena u poslovanju. Ekonomski fakultet u Sarajevu. Sarajevo.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.7 POSLOVNA ETIKA I KOMUNIKACIJA</b>				
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>	
E-PEK	obavezan	2.	5	2	1
<b>Šifra predmeta</b>	E-PEK				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj ovog nastavnog predmeta je savladavanje razlika između dobrih i izvrsnih preduzeća, tj. integriteta kulture zadovoljnih i angažovanih zaposlenika, transparentnosti i dobrog ugleda, odnosno kako to postići. Osnovna svrha ovog predmeta je zašto, gdje i kako primijeniti etiku i koje su koristi od njene implementacije. Takođe, jedan od ciljeva ovog predmeta je osposobljavanje studenata za kritičko analiziranje etičko-moralne dileme s kojima se svakodnevno suočavaju preduzeća i njihovi menadžeri, ali i sve veći broj pojedinaca; razvijanje kritičkog i argumentovanog mišljenja i zauzimanje stavova prilikom poslovnog prosuđivanja, odlučivanja i djelovanja.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da razumiju značaj poslovne kulture u aktivnostima poslovnih subjekata, da doprinose njenom razvoju u svojim budućim poslovnim aktivnostima i da poslovne aktivnosti i promjene prilagode poslovno-kulturi preduzeća; biće u mogućnosti da prepoznaju i razlikuju etičke od neetičkih postupaka u poslovanju, da razumiju, kreiraju i primjenjuju etički kodeks u poslovanju.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Etika i moral; savjest i razvoj moralne svijesti; etika načela i dužnosti				
2.	Načelo solidarnosti i načelo supsidijarnosti				
3.	Kategorički i hipotetički imperativ; legalnost i moralnost; autonomnost i heteronomnost				
4.	Razvoj poslovne i preduzetničke etike; poslovna etika u funkciji unapređenja poslovanja. Vrline i moralna načela u kontekstu poslovanja, preduzetništva i ekonomije; moralne dileme u poslovanju				
5.	Korupcija; loši međuljudski odnosi; različiti oblici privrednog kriminala				
6.	Moralni kodeksi; oblici podučavanja i podizanja etičkog standarda				
7.	Modeli za uklanjanje „sivog područja“; moć i nemoć etičkog poslovanja				
8.	Poslovni bonton; moralni aspekti interpersonalne komunikacije				
9.	Prvi test				
10.	Načela moralnog poslovanja; vještine pregovaranja				
11.	Poslovna etika u funkciji unapređenja poslovanja: kolektivna i individualna etika u poslovanju				
12.	Primjena savremenih tehnologija u poslovnom komuniciranju				
13.	Upravljanje komunikacijskim procesima u organizaciji (pojmovi formalnog, neformalnog, vertikalnog i horizontalno/dijagonalnog komuniciranja)				
14.	Ljudska prava u kontekstu poslovanja				
15.	Pojam dobra, slobode i pravednosti				
16.	Moralni odnos prema zaposlenima, kupcima i dobavljačima; etika u zapošljavanju				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	<b>Nedjeljno:</b>	<b>U semestru:</b>			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>5/30=0,16</b>	5 kredita x 30 sati/kreditu=150 sati			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x15= 45 sati predavanja i vježbi,			
	= 0,16 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 6 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 75 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Vig, S. (2019). Poslovna etika. CODUPO- Zagreb.; Vujić, V., Ivaniš, M., Bojić, B. (2016). Poslovna etika i multikultura. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu; Žitinski, M. (2006). Poslovna etika. Sveučilište u Dubrovniku. Dubrovnik.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.8 OSNOVE MENADŽMENTA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-OME	obavezan	2.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-OME				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Predmet omogućava studentima da se upoznaju sa osnovnim menadžerskim znanjima, funkcijama, metodama i načinima rada, kao i njihovoj primjeni u rješavanju problema u poslovanju u savremenim preduzećima i kompleksnim uslovima. Cilj je da studenti ovladaju konceptima za analizu menadžmenta i obavljanje menadžerskih poslova na različitim organizacionim nivoima i u različitim preduzećima; da nauče osnovnu formu za izradu poslovnog plana; da se upoznaju s menadžerskim poslom, osnovnim konceptima, metodama, vještinama i znanjima potrebnim za uspješno funkcionisanje i razvoj menadžmenta u savremenim uslovima.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Nakon položenog ispita studenti će biti osposobljeni da prepoznaju i razumiju fenomene savremenog menadžmenta i osnovne faze procesa menadžmenta (planiranje, organizovanje, vođenje i kontrola), kao i najvažnije poslovne odluke, prije svega ciljeve, strategiju, politiku i planove.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Nastanak i razvoj menadžmenta, funkcije i principi menadžmenta, klasifikacija menadžera, vještine i uloge menadžera				
2.	Analiza okruženja, Planiranje i proces donošenja odluka				
3.	Organizovanje preduzeća; Organizaciona kultura, etika i društvena odgovornost				
4.	Strateški menadžment i strateške tehnike; Korporativna, poslovna i funkcijska strategija; Operativni menadžment				
5.	Uslužni menadžment; Proizvodni menadžment				
6.	Upravljanje kvalitetom, Menadžment procesa;				
7.	Rukovođenje; Menadžment ljudskih resursa;				
8.	Vježbe				
9.	Prvi test				
10.	Motivacija; Liderstvo				
11.	Upravljanje grupama, timovi i timski rad; Upravljanje događajima				
12.	Emocije i emotivna inteligencija u menadžmentu; Upravljanje vremenom; Upravljanje stresom				
13.	Komunikacija i pregovaranje u organizaciji				
14.	Kontrola; Informacioni sistemi i menadžment				
15.	Preduzetništvo i preduzetničke strategije				
16.	Ekološki menadžment; Menadžment znanja				
17.	Vježbe; Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,			
	= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Mašić, B., Džunić, M., Nešić, S. (2014). Savremena teorija menadžmenta - škole i novi pristupi, Beograd: Data status; Certo, S. C., Certo, S. T. (2009). Moderni menadžment, Beograd: Mate d.o.o.; Drucker, P. (2005). Najvažnije o menadžmentu, Zagreb: MEP konsult.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.9 POSLOVNA STATISTIKA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-POS	obavezan	2.	6	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-POS				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je osposobiti studente da koriste statističke metode u području poslovne ekonomije, polazeći od empirijskih podataka iz područja poslovanja. Naglasak je na primjenama na konkretnim primjerima i upotrebi programske podrške.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da prikupljaju, grupišu i prikazuju statističke podatke o posmatranim pojavama; vrše izbor i primjenu odgovarajućih statističkih metoda i modela za dobijanje određenih kvantitativnih pokazatelja; daju objašnjenja dobijenih pokazatelja i izvode zaključke o posmatranim pojavama.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Prikupljanje podataka				
2.	Grafičko prikazivanje podataka				
3.	Brojčane mjere opisne statistike				
4.	Osnovni pojmovi teorije vjerovatnosti				
5.	Slučajne varijable i distribucije vjerovatnoće				
6.	Procjene i testovi hipoteza o parametru jedne populacije				
7.	Procjene i testovi hipoteza o parametrima dviju populacija				
8.	Korelacija i jednostavna linearna regresija				
9.	Prvi test				
10.	Višestruka linearna regresija				
11.	Višestruka linearna regresija i regresijska dijagnostika Dodjela tema projektnih zadataka prema odluci nastavnika				
12.	Metode poslovne prognostike				
13.	Metode statističke kontrole kvaliteta				
14.	Uvod u statističku analizu odlučivanja				
15.	Indeksni brojevi				
16.	Analiza vremenskih serija				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
= <b>8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad:</b> učenje, seminarski, konsultacije <b>90 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Dumičić, K., Bahovec, V. (2019.), Pregled formula iz Poslovne statistike, Zagreb, Element. Lovrić, M., Komić, J., Stević, S. (2006). Statistička analiza - metode i primjena. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.10 ENGLISKI JEZIK 1				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-EJ1	obavezan	2.	6	2	1
<b>Šifra predmeta</b>	E-EJ1				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj ovog predmeta je usvajanje osnova gramatike engleskog jezika i stručnog rječnika, kao i razvijanje vještina govora, pisanja, slušanja i čitanja. Jedan od glavnih ciljeva ovog predmeta je primjena navedenih vještina u određenim situacijama koje podrazumijevaju usmenu i pismenu poslovnu komunikaciju iz oblasti ekonomije.				
<b>Ishod predmeta:</b>	Po završetku kursa studenti će biti sposobni za osnovno sporazumijevanje na engleskom jeziku. Usvojiće osnovne gramatičke strukture i opšti vokabular koji se odnosi na oslovljavanje, predstavljanje, opisivanje i sporazumijevanje u svakodnevnim situacijama i poslovima.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	The working day; Present simple and present continuous				
2.	Corporate culture; Finding and recording collocations				
3.	Company history; Past simple				
4.	The Internet, Email and website terms; Adjectives and adverbs, comparison				
5.	Describing equipment; Vocabulary to describe objects				
6.	Processes and procedures; The present passive				
7.	Distribution and delivery; Modal verbs of obligation				
8.	Advertising and marketing; Vocabulary to talk about advertising and marketing				
9.	Prvi test				
10.	Making arrangements; Present continuous for future arrangements				
11.	Company finances; Finance vocabulary; Job applications, CV and describing application procedures				
12.	Business accommodation; Vocabulary to describe hotels and hotel facilities				
13.	Stocks and shares vocabulary; Starting up; Relative clauses				
14.	Developing contacts; Present perfect and past simple				
15.	Cultural issues, Describing habits and customs; Teamwork; Vocabulary to describe aims and achievements				
16.	Entertaining clients; Countable and uncountable nouns; Quantifiers				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x 15= <b>45 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
= <b>8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Norman, W. (2006). Business Benchmark, Pre-Intermediate to Intermediate, Student's Book. Cambridge University Press.;				
	Mascull, B. (2002). Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press.;				
	Murphy, R. (2004). English Grammar in Use. Third edition. Cambridge University Press.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				



<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.11 MAKROEKONOMIJA</b>					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
E-MAE	obavezan	3.	7	3	2	
<b>Šifra predmeta</b>	E-MAE					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Makroekonomija predstavlja „azbuku“ ekonomije. Izučava osnovne ekonomske zakonitosti, način funkcionisanja ekonomije, osnovne ekonomske politike i njihov uticaj na ostvarivanje osnovnih makroekonomskih ciljeva. Svrha ovog nastavnog predmeta je upoznavanje studenata sa veoma zahtjevnom i kompleksnom materijom. U okviru ovog predmeta, razvijaće se i proučavati makroekonomski model koji se temelji na implikacijama ravnotežnih uslova na tri grupe tržišta: tržište dobara, novca i rada.						
<b>Ishodi učenja:</b> Studenti će biti osposobljeni da razumiju privredu kao cjelinu, kao i da prepoznaju ključne makroekonomske agregate i politike. Spoznajom međusobnih uticaja pojedinih agregata studenti bi trebalo da razviju prognostičke sposobnosti, te predvide potencijalne uticaje ekonomskih politika na makroekonomska kretanja.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Uvod u makroekonomiju					
2.	Makroekonomski bilansi					
3.	Osnove privrednog rasta					
4.	Tržište rada i nezaposlenost					
5.	Potrošnja i investicije					
6.	Realni devizni kurs					
7.	Novac i tražnja za novcem					
8.	Ponuda novca i monetarna politika, ciljevi, targeti i instrumenti monetarne politike					
9.	Prvi test					
10.	Makroekonomska ravnoteža sa fiksnim i sa fleksibilnim cijenama					
11.	Agregatna tražnja i agregatna ponuda					
12.	Autput i kamatna stopa pri fiksnom i pri fleksibilnom deviznom kursu, izbor režima deviznog kursa					
13.	Šokovi ponude i tražnje					
14.	Privredni ciklusi, fiskalna politika					
15.	Finansijsko tržište i makroekonomija					
16.	Devizne krize					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
<b>7/30=0,23</b>			7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 5 x 15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,			
= 0,23 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
<b>= 9 sati</b>			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b>						
Burda, M., Viploš, Č. (2012). Makroekonomija. Beograd: Ekonomski fakultet.;						
Alibašić, H., Jakšić, M. (2005). Makroekonomija, Hamgraf, Tuzla.;						
Ivić M., Mitić B. (2016). Makroekonomija i globalni izazovi, Univerzitet PIM, Banja Luka.						
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.						
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema						

Naziv predmeta	1.1.1.12 MARKETING				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MAR	obavezan	3.	6	2	2
Šifra predmeta	E-MAR				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj izučavanja predmeta je da studenti savladaju osnovne principe marketinga kao naučne discipline, koncepcije, sistema, te funkcija marketinga i da nauče tehnike marketinškog istraživanja i shvate značaj nastupa preduzeća na tržištu. Studenti se upoznaju i sa obilježjima i specifičnostima upotrebe instrumenata marketinškog miksa na tržištu (marketinškog programa u raznim oblastima).				
Ishodi učenja:	Student će biti osposobljen da opiše pojam marketinga, napravi razliku između marketinškog koncepta, sistema i funkcija, sa marketinškog aspekta opiše pojmove tržišta i potrošača (kupca, tražnje), objasni faktore marketinškog okruženja, navede i objasni postupke istraživanja tržišta, razvrsta kriterijume i pretpostavke za segmentaciju tržišta, objasni osnovne elemente upravljanja marketinškim programom na tržištu, objasni elemente (instrumente) marketinškog miksa, definiše primjenu koncepta marketinškog miksa u domenu proizvodnje i usluga.				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Pojam i osnovne karakteristike marketinga				
2.	Koncept, sistem i funkcije marketinga				
3.	Upravljanje marketingom				
4.	Elektronsko poslovanje u marketingu				
5.	Tržište i potrošač (kupac) u marketingu				
6.	Marketinško okruženje				
7.	Aspekti istraživanja tržišta				
8.	Istraživanje marketinga				
9.	Prvi test				
10.	Segmentacija tržišta i selekcionisanje ciljnih tržišta				
11.	Instrumenti (elementi) marketinškog miksa (proizvod, cijena, distribucija, promocija)				
12.	Definisanje marketinškog programa (izbor strategije)				
13.	Upravljanje marketinškim programom				
14.	Planiranje, organizovanje i kontrola u marketingu				
15.	Direktni marketing				
16.	Specifičnosti primjene marketinškog koncepta u domenu proizvodnje (industrija, poljoprivreda, građevinarstvo i sl.), usluga (trgovina, turizam, špedicija i transport, mediji, sport i sl.)				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
6/30=0,2	6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 8 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:	Babić-Hodović, V., Domazet, A., Kurtović, E. (2012). Marketing, 4. izdanje, Sarajevo: Ekonomski fakultet Sarajevo.; Vasiljev, S., Trifunović, Lj. (2012). Marketing. Ekonomski fakultet. Brčko.; Macura, P. (2009). Marketing – osnove. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				



Naziv predmeta	1.1.1.13 FINANSIJE				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-FIN	obavezan	3.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-FIN				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta jeste sticanje teorijsko-analičkih i primijenjenih znanja iz oblasti poslovnih finansija i ovladavanje problematikom vezanom za savremeni finansijski menadžment sa razvijanjem analitičkog praktičnog načina razmišljanja i sticanja sposobnosti za praktičan rad na poslovima kojima se bave finansijski menadžeri i finansijski savjetnici, u smislu efikasnog izvršavanja konkretnih zadataka u finansijskom poslovanju privrednih društava. Takođe, cilj predmeta je upoznavanje studenata sa osnovnim instrumentima (tehnikama) poslovnih finansija, prihvatanje finansijske funkcije kao profitabilne djelatnosti privrednog subjekata.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da razumiju vremensku vrijednost novca, da kvantifikuju odnos rizika i prinosa investicija i da razumiju odnos finansijske i ostalih poslovnih funkcija u preduzeću; dobiće osnovna znanja o efikasnosti investicionih projekata i osnovnih metoda njihovog vrednovanja i biće u mogućnosti da razumiju tokove sredstava u poslovnim procesima i međuzavisnost upravljanja sredstvima kao i mogućim izvorima finansiranja.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvodna razmatranja - predmet izučavanja poslovnih finansija				
2.	Mjesto poslovnih finansija u kompaniji, povezanost sa drugim poslovnim funkcijama				
3.	Sistem finansijskog upravljanja u preduzeću; osnovne odluke u finansijama				
4.	Odluke o finansiranju				
5.	Odluke o investiranju				
6.	Rizik i neizvjesnost				
7.	Finansijska funkcija i finansijski cilj preduzeća; pojam, zadaci i organizacija; struktura sistema upravljanja finansijama preduzeća				
8.	Finansijska politika kao faktor upravljanja finansijama preduzeća; finansijska strategija i pravila finansiranja preduzeća				
9.	Prvi test				
10.	Finansijsko planiranje kao aktivnost upravljanja finansijama preduzeća; svodno finansijsko planiranje				
11.	Biznis plan u funkciji finansijskog odlučivanja, osnovi koncepta vremenske vrijednosti novca				
12.	Finansijska kontrola i finansijska analiza preduzeća				
13.	Analiza neto obrtnog fonda				
14.	Cash flow analiza, Funds flow analiza i ostali instrumenti finansijske analize				
15.	Finansijsko upravljanje obrtnim sredstvima u preduzeću				
16.	Upravljanje gotovinom, potraživanjima od kupaca i upravljanje zalihama				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Barjaktarović, L., Jović, Z., Milojević M. (2015). Poslovne finansije. Univerzitet Singidunum, Beograd., Rovčanin, A. (2007). Upravljanje finansijama. Ekonomski fakultet u Sarajevu., Plakalović, N., Alihodžić, A. (2015). Novac, banke i finansijska tržišta. Banja Luka: Ekonomski fakultet.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.14 POSLOVNO PRAVO				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-POP	obavezan	3.	5	2	2
Šifra predmeta	E-POP				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj izučavanja Poslovnog prava jeste da studenti ekonomije savladaju osnovne principe i načela funkcionisanja pravnog sistema kod nas. Pored navedenog, izučavanjem ovog predmeta studenti stiču neophodno znanje iz oblasti prava kojim se reguliše nastanak, poslovanje i rad privrednih društava. Tu se prvenstveno misli na statusni dio funkcionisanja privrednih društava (osnivanje, organi društva, statusne promjene, itd.), ali i na ugovore robnog prometa koji su zastupljeni u svakodnevnoj poslovnoj praksi. Pored toga, predmet omogućava studentima da nauče osnove berzanskog poslovanja, pojam i funkciju hartija od vrijednosti, način rješavanja sporova između privrednih društava putem arbitraže te pravne aspekte obavljanja bankarskih poslova.				
Ishodi učenja:	Student će biti osposobljen da identifikuje pojedine oblike privrednih društava; da analizira privredna društava od njihovog osnivanja (registracije), do prestanka postojanja (modaliteti), kao i ugovora poslovnog prava; razlikuje i kategorizuje pojedine oblike privrednih subjekata, odnosno modaliteta ugovora u sklopu poslovnog prava.				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Osnovne pravne kategorije				
2.	Pravni pojam države				
3.	Obligaciono pravo I imovinsko pravo				
4.	Trgovačko pravo; pravni položaj subjekata trgovinskog prava; elektronska trgovina				
5.	Preduzeća; sudski registar				
6.	Trgovačka društva; ortačko društvo I komanditno društvo				
7.	Društvo sa ograničenom odgovornošću I akcionarsko društvo, specijalizovana akcionarska društva				
8.	Grupacija preduzeća, preduzeće I država; finansijske organizacije				
9.	Prvi test				
10.	Berza; privredne asocijacije; pravo konkurencije				
11.	Obligacioni ugovori- ugovori u privredi; međunarodni ugovori I ugovori o prodaji				
12.	Transportne klauzule				
13.	Vrste ugovora o međunarodnom prevozu robe				
14.	Ugovor o koncesiji; bankarski pravni poslovi (aktivni, pasivni)				
15.	Hartije od vrijednosti, emisija hartija od vrijednosti, novčane hartije od vrijednosti; trgovanje finansijskim derivatima				
16.	Ostali ugovori poslovnog prava (ugovor o građenju, ugovor o licenci, ugovor o osiguranju)				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
5/30=0,16	5 kredita x 30 sati/kreditu=150 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,				
= 0,16 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 6 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 75 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:	Kasagić, R. (2009). Osnovi prava i poslovno pravo. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci.; Srdić, M., Komljenović, B., Petrović, B. (2008). Poslovno pravo. Beograd: Liber.				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.15 PREDUZETNIČKA EKONOMIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-PRE	obavezan	3.	5	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-PRE				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je omogućiti studentima da shvate značaj preduzetništva i inovacija u svim oblicima organizacije i društva i da razumiju preduzetništvo kao način ponašanja i djelovanja. Studenti stiču mogućnost da nauče osnovne principe savremenog preduzetništva u ekonomskoj teoriji i praksi, kao i da steknu osnovne vještine i kompetencije kreativnog razmišljanja, proaktivnosti, prihvatanja rizika, planiranja i traženja prilika, timskog rada i pretvaranja prilika i ideja u izvodljive preduzetničke poduhvate.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Student će biti osposobljen za preduzetničko ponašanje i djelovanje, od individualnog nivoa do nivoa složenih organizacionih sistema u svim sektorima (profitnom, neprofitnom i vladinom sektoru). Sticanjem osnovnih znanja o načelima, principima, strategijama i konceptima kreiranja poslovnih poduhvata zasnovanih na inovacijama čija je realizacija povezana s rizicima i neizvjesnošću, student će takođe biti osposobljen za pronalaženje inovativnih rješenja u savremenom poslovanju primjenjujući ključna znanja iz preduzetničke ekonomije o metodama i tehnikama donošenja ekonomskih odluka primjenom savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija u vezi s preduzetničkim poduhvatima.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Shvatanje i karakteristike preduzetništva				
2.	Ličnost i ponašanje preduzetnika				
3.	Razvoj preduzetničke kulture kao globalnog fenomena				
4.	Preduzetnički proces; strategije ulaska u preduzetnički poduhvat				
5.	Preduzetnička orijentacija i poslovne performanse				
6.	Korporativno preduzetništvo (intrapreneurship)				
7.	Preduzetništvo malog biznisa (entrepreneurship) – preduzetničke i rastuće firme				
8.	Porodično preduzetništvo				
9.	Prvi test				
10.	Socijalno preduzetništvo				
11.	Prepoznavanje prilika: od ideje do preduzetničkog poduhvata – tehnike dolaska do poslovnih ideja				
12.	Kreativnost i preduzetništvo: preduzetništvo i inovacije i izvori inovativnosti i komercijalizacija inovacija				
13.	Informacione i komunikacione tehnologije i e-poslovanje				
14.	Finansiranje preduzetničkih poduhvata				
15.	Preduzetničko okruženje i preduzetnička infrastruktura				
16.	Poslovno predviđanje i megatrendovi; međunarodno preduzetništvo.				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>5/30=0,16</b>	5 kredita x 30 sati/kreditu= <b>150 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= <b>60 sati</b> predavanja i vježbi,			
	= 0,16 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 6 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 75 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Petković, S., Milanović, M. (2017). Laboratorija ideja. Od ideje do preduzetničkog poduhvata. Banja Luka: Univerzitet u Banjoj Luci, Ekonomski fakultet.;				
	Paunović, B. (2017). Preduzetništvo i upravljanje malim preduzećem. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet.;				
	Deakins, D., Freel, M. (2012). Preduzetništvo i male firme. Beograd: Data status.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.16 MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MLJR	obavezan	4.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-MLJR				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Upoznati studente s teorijskim osnovama menadžmenta ljudskih resursa neophodnim za razumijevanje i usmjeravanje ljudi na stvaranje uslova za realizaciju strateških ciljeva preduzeća. Potrebno je da se studenti upoznaju sa savremenim konceptom, ciljevima i zadacima menadžmenta ljudskih resursa i savladaju upravljačke metode i tehnike koje podstiču organizacionu uspješnost i motivaciju pojedinaca. Studentima se kroz detaljnije upoznavanje sa osnovnim menadžerskim principima, kao i fazama procesa menadžmenta (planiranje, organizovanje, menadžment ljudskih resursa, rukovođenje i kontrola) pruža mogućnost ovladavanja menadžerskim znanjima i vještinama uz sposobnost razvoja analitičkog razmišljanja u cilju prilagođavanja zahtjevima dinamičnog okruženja.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da kreiraju opis pojedinačnog radnog mjesta u skladu s odgovarajućim potrebama; procijene potreban fond radnog vremena uz odgovarajući broj zaposlenih pojedinog organizacijskog dijela ili preduzeća u cijelini; analiziraju različite metode i tehnike privlačenja i odabira najboljih kadrova; osmisle sistem za procjenu performansi kadrova prema potrebama; razlikuju pojedine oblike zaštite i unaprjeđenja uslova rada i života zaposlenih kadrova.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Menadžment ljudskih resursa, koncepti i razvoj				
2.	Definisanje menadžmenta ljudskih resursa, uloga ljudskog faktora u organizaciji				
3.	Menadžment ljudskih resursa i kulturna sredina, Organizaciono ponašanje i kultura preduzeća; Etika i društvena odgovornost				
4.	Strateški menadžment ljudskih resursa				
5.	Planiranje ljudskih resursa; Dizajniranje radnog mjesta, analiza posla i profil zahtijeva				
6.	Obezbjediavanje ljudskih resursa (regrutovanje kandidata za zaposlenje)				
7.	Identifikacija i selekcija kandidata za zaposlenje (Instrumenti procjene kandidata, Strategije ispitivanja kandidata, Evaluacija)				
8.	Ličnost; Stavovi i ispitivanje stavova zaposlenih; Percepcija; Učenje				
9.	Vježbe				
10.	Prvi test				
11.	Razvoj potencijala zaposlenih; Obuka/trening i obrazovanje zaposlenih; Upravljanje karijerom				
12.	Ocjenjivanje performansi zaposlenih; Motivacija				
13.	Upravljanje grupama i timski rad; Liderstvo				
14.	Upravljanje konfliktima; Upravljanje stresom; Upravljanje vremenom				
15.	Radni odnosi i kolektivno pregovaranje; Zaštita na radu				
16.	Poslovna komunikacija i pregovaranje; Uloga emocija i emotivne inteligencije na menadžment ljudskih resursa				
17.	Vježbe; Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Pržulj Ž. (2011). Menadžment ljudskih resursa, Univerzitet Educons, Novi Sad.; Torrington D. (2014). Human Resource Management, Trans-Atlantic Publications.; Pržulj Ž. (2006). Osnove menadžmenta ljudskih resursa, Fakultet za poslovni inženjering i menadžment, Banja Luka.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				

**Posebna napomena za predmet:** Nema

Naziv predmeta	1.1.1.17 MEĐUNARODNA EKONOMIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MĐE	obavezan	4.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-MĐE				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Izučavanje predmeta treba studentima da pruži analitička znanja i informacije iz cjeline problematike međunarodne trgovine, međunarodnih finansija i međunarodnih integracija i organizacija. Cilj je da se studenti osposobljavaju da kvalifikovano tretiraju i razumiju međunarodne ekonomske odnose, kako u realnoj, tako i u finansijskoj sferi.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni za razumijevanje savremene međunarodne ekonomije u uslovima globalizacijskih trendova; da čitaju i analiziraju izveštaje i preporuke pojedinih međunarodnih ekonomskih institucija (World Development Report, IMF Survey, World Trade Report, IMF World Economic Report i sl) i da kreativno razvijaju sopstvene pristupe u nalaženju mogućnosti za poboljšavanje nivoa konkurentnosti domaće privrede u svjetskoj privredi.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvod u međunarodnu ekonomiju				
2.	Teorije međunarodne trgovine - zakon komparativnih prednosti				
3.	Standardna teorija međunarodne trgovine				
4.	Tražnja i ponuda, krive relativne ponude i odnosi razmjene				
5.	Ekonomija obima, nesavršena konkurencija i međunarodna razmjena				
6.	Ekonomske rast i međunarodna trgovina				
7.	Politika međunarodne trgovine - spoljnotrgovinska ograničenja, carine				
8.	Ekonomske integracije: carinske unije i zone slobodne trgovine				
9.	Prvi test				
10.	Međunarodna trgovina i ekonomski razvoj				
11.	Međunarodno kretanje resursa i multinacionalne korporacije				
12.	Platni bilans				
13.	Devizna tržišta i devizni kursevi				
14.	Određivanje deviznog kursa				
15.	Evropski monetarni sistem i koordinacija makroekonomskih politika				
16.	Međunarodne finansijske institucije				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					
	Dašić, D., (2012). Međunarodna ekonomija. UPIM Banja Luka.;				
	Babić, M., Babić A. (2008). Međunarodna ekonomija. Sigma savjetovanja: Zagreb.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.18 ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-IST	obavezan	4.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-IST				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je pripremiti studente za konkretne poslovne zadatke u području istraživanja tržišta s kojima će se susresti u radu u privrednim subjektima. Pri tome se poseban naglasak stavlja na praktična znanja, upoznavanje studenata sa temeljnim saznanjima, metodama i načinima provođenja istraživanja tržišta. Cilj predmeta je osposobiti studente da pomoću odgovarajućih statističkih alata i metoda prikupe, analiziraju i interpretiraju podatke o potrošačima u svrhu donošenja optimalnih poslovnih odluka. Predmet omogućava studentima da shvate značaj istraživanja tržišta kao najznačajnije funkcije marketinga, bez koje se ne može zamisliti proces poslovnog odlučivanja, niti rješavanje poslovnih problema u domenu marketinga.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni objasniti svrhu i ciljeve istraživanja tržišta; definisati proces istraživanja tržišta, vrste uzoraka i načina analize uzorka kao polazne osnove u istraživanju tržišta; obrazložiti metode prikupljanja podataka u cilju istraživanja tržišta; odrediti alate i metode analiziranja podataka prikupljenih istraživanjem tržišta; interpretirati rezultate istraživanja tržišta i njihovu primjenu u praksi.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvod u istraživanje tržišta				
2.	Proces istraživanja tržišta				
3.	Definisanja problema i hipoteza istraživanja				
4.	Sastavljanja izvještaja o rezultatima istraživanja				
5.	Izviđajna, opisna i uzročna istraživanja				
6.	Metode za prikupljanje primarnih podataka				
7.	Prikupljanje sekundarnih podataka				
8.	Mjerenje stavova				
9.	Prvi test				
10.	Uzorak i uzorkovanje				
11.	Primjena istraživanja tržišta				
12.	Analiziranje organizacija službe istraživanja tržišta u preduzećima				
13.	Istraživanja neposredno vezana za strategiju marketinga: segmentiranje i određivanje ciljne grupe				
14.	Istraživanja potrebna u planiranju i provođenju elemenata marketing miksa				
15.	Specifičnosti istraživanja stranog tržišta				
16.	Istraživanja tržišta za potrebe investicionog odlučivanja				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:		U semestru:		
	Kreditni koeficijent		<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
	6/30=0,2		6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		
	Nedjeljno opterećenje:		Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,		
	= 0,2 x 40 sati		<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
	= 8 sati		<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Soče Kraljević, S. (2016). Proces istraživanja tržišta, Mostar, Ekonomski fakultet Mostar; Marušić, M., Vranešević, T. (2001). Istraživanje tržišta, Zagreb: ADECO.; Šipka, D., Vasiljev, S. (1996). Istraživanje tržišta. Banja Luka: Glas Srpski.; Tih, B. (2007). Istraživanje marketinga. Sarajevo: Ekonomski fakultet.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				



Naziv predmeta	1.1.1.19 ENGLISKI JEZIK 2				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-EJ2	obavezan	4.	6	2	1
<b>Šifra predmeta</b>	E-EJ2				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj ovog predmeta je osposobljavanje studenta da koristi znanja i vještine relevantne za studijski program i da ih primijeni u određenim situacijama, koje podrazumijevaju usmenu i pismenu poslovnu komunikaciju, te analiziranje izvještaja i prevod stručnih tekstova, gdje se poseban akcenat stavlja na usvajanje opšte leksike iz područja ekonomije i posebnih grana ekonomije. Istovremeno se ponavljaju i utvrđuju gramatičke strukture usvojene tokom ranijeg učenja, te je cilj razviti kod studenata osjećaj za produktivni individualni i kolektivni rad u nastavi stranog jezika i oslobodi ih inhibicije pri njegovoj upotrebi.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti se osposobljavaju za pismenu i usmenu poslovnu komunikaciju i korespondenciju sa klijentima, (upoznavanje, telefoniranje, ostavljanje poruka, pisanje raznih oblika poslovnih pisama), organizaciju poslovnih sastanaka i upravljanje poslovnim događajima (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).				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Business meetings; Staff development and training				
2.	Forming questions				
3.	Expressing personal opinions, Comparison of adjectives				
4.	Making suggestions; Letters of enquiry and applications				
5.	Asking complex questions; Telephone skills				
6.	Promotional activities and branding				
7.	Establishing relationships and negotiating				
8.	First conditional				
9.	Prvi test				
10.	Second conditional				
11.	Tenses in time clauses				
12.	Presenting your business idea, Modal verbs				
13.	Business hotels and sales conferences				
14.	Business conferences, Reports, Using the passive				
15.	The definite article; Using the Internet				
16.	Relative pronouns; Communication with customers, Corresponding with customers				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x 15= <b>45 sati</b> predavanja i vježbi,			
	= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. (2010). Market Leader- Intermediate Business English Course Book, Longman.; Oxford Business English Dictionary for learners of English, (2006). Oxford University Press.; Brook-Hart, G. (2006). Business Benchmark, Upper-Intermediate, Student's Book, Cambridge University Press; Murphy, R. (2004). English Grammar in Use, Third edition, Cambridge University Press.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				



Naziv predmeta	1.1.1.20 PRAKSA 1				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-PR1	obavezan	4.	4	-	3
<b>Šifra predmeta</b>	E-PR1				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj izučavanja predmeta Praksa I je upoznati studenta sa praktičnim primjenama stečenih teorijskih znanja tokom studiranja, te da se studenti, uz mentorsku podršku, upoznaju sa načinom poslovanja sa pravnim i fizičkim licima, digitalnim konceptom rada, biznis modelom, kreditnom analizom i slično.				
<b>Ishodi učenja:</b>	U okviru predmeta Praksa I se praktično obrađuju nastavne jedinice koje se teorijski izučavaju na prvoj i drugoj 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, preduzetnik, 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.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Računi nacionalnog dohotka i proizvoda				
2.	Potrošnja i investicije				
3.	Međunarodna razmjena i proizvodnja, novac i poslovno bankarstvo				
4.	Monetarna politika, politika za rast i stabilnost				
5.	Strategija ekonomskog razvoja, formulisanje strategije preduzeća i strategije poslovnih jedinica i poslovnih funkcija				
6.	Preduzetnik, menadžer i lider kao nosioci upravljačkog procesa				
7.	Menadžment prilagođen kulturnoj sredini, proces strategijskog menadžmenta				
8.	Nivoi strategije, formulisanje strategije tehnološkog razvoja preduzeća, definisanje i cilj planiranja				
9.	Utvrđivanje ciljeva planiranja, glavna ciljna područja, politike i strategije kao osnovni elementi planskog odlučivanja				
10.	Programi, planovi i budžeti kao planski dokumenti, definisanje i sadržaj funkcije organizovanja				
11.	Principi i organizacije rada, analiza i sinteza poslova, organizaciona struktura preduzeća				
12.	Uloga ljudskog faktora u organizaciji, kadrovska politika preduzeća, planiranje kadrova				
13.	Prijem i obučavanje radnika, napredovanje kadrova u organizaciji				
14.	Osnove uspješnog poslovnog komuniciranja, oblici i vrste poslovnog komuniciranja				
15.	Poslovni pregovori i poslovni sastanci; javni nastup i priredbe				
16.	Poslovno komuniciranje u prodaji i na šalterskim uslugama				
17.	Uloga računovodstava u savremenom poslovanju				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>4/30=0,13</b>	4 kredita x 30 sati/kreditu= <b>120 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x 15= <b>45 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,13 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 5 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 60 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

Naziv predmeta	1.1.1.21 STRATEGIJSKI MENADŽMENT				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-STM	obavezan	5.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-STM				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je da se kroz koncipirani sadržaj predmeta omogućiti studentima sticanje teorijskih i praktičnih znanja o strateškoj analizi, formulisanju strategije, implementaciji strategije i evaluaciji strategije. Izbor strategije povezan je sa faktorima internog i eksternog okruženja zbog čega će posebna pažnja biti usmjerena na upoznavanje studenata sa različitim strateškim alatima i konceptima, kao i strateškim resursima koji mogu biti u funkciji sticanja održive konkurentne prednosti, kao što su znanje i ljudski kapital. Značajan cilj predmeta je razvoj sposobnosti kod studenata da stečena znanja primijene kroz praksu u realnim uslovima poslovanja.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da primjenjuju analize internog i eksternog okruženja korišćenjem modernih tehnika, da kreiraju vizije, misije i ciljeve strategije, strategijskog izbora, strategijskog menadžmenta ljudskih resursa, liderstva i kontrole.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Pojam i karakteristike strateškog menadžmenta; proces, faze i koncept strateškog menadžmenta				
2.	Planiranje, dugoročno planiranje, strateško planiranje				
3.	Utvrđivanje strategije, implementacija strategije				
4.	Utvrđivanje strateške vizije, poslovne misije i ciljeva				
5.	Analiza eksternog i internog okruženja				
6.	Strateške opcije i njihov izbor				
7.	Eksterni i interni aspekt posmatranja uticaja na preduzeće i izbor strateške opcije				
8.	Predviđanje kvaliteta odluka – Adižesova metodologija odlučivanja				
9.	Prvi test				
10.	Funkcionalni nivo strategija; strategije na nivou poslovnih funkcija				
11.	Strateški menadžment i njegove tehnike				
12.	Delfi metoda, metoda kritičnih faktora uspjeha, metoda scenarija, metoda simulacije, metoda strateških klinova				
13.	Portfolio menadžment; BCG matrica; GE McKinsey matrica				
14.	Kontingencijska teorija				
15.	Implementacija strategija i upravljačke komponente zadataka, liderstvo i stilovi odlučivanja				
16.	Strateška kontrola kao proces i sistem povratne veze				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= <b>60 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
= <b>8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Stanković, J., Đoković, F., (2019). Strategijski menadžment: Univerzitet SINGIDUNUM, Beograd; Ateljević, J., Kulović, DŽ. (2013). Strategijski menadžment: Nove perspektive. Beograd: Data status.; Jovanović, P. (1999). Strateški menadžment. Beograd: Grafoslog.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.22 MEĐUNARODNO POSLOVANJE				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MDP	obavezan	5.	6	2	2
Šifra predmeta	E-MDP				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Nastavni predmet Međunarodno poslovanje ima za cilj da studente osposobi za obavljanje međunarodnih poslovnih aktivnosti kao i da, na moderan i sveobuhvatan način, upozna studente sa različitim poslovnim aktivnostima na međunarodnom tržištu. Osnovni cilj je upoznavanje studenata sa osnovnim elementima i funkcionisanjem procesa međunarodnog poslovnog upravljanja. U tom smislu, cilj je upoznati studente sa osnovnim elementima nacionalnih poslovnih okruženja, kao i sa elementima međunarodnog poslovnog okruženja.					
<b>Ishodi učenja:</b> Nakon uspješnog završetka ovog predmeta studenti će biti osposobljeni da prepoznaju aktere u međunarodnom poslovanju; prepoznaju i primjene vrste, oblike i tehnike međunarodnog poslovanja; predvide rizike i mogućnosti finansiranja uvoza i izvoza; navedu i primjene radnje i dokumenta u spoljnotrgovinskom poslu; opišu i razvrstaju redovne, privremene i složene spoljnotrgovinske poslove i njihove oblike, sagledaju mogućnosti za realizaciju posla uvoza i izvoza, sumiraju efekte spoljnotrgovinskog posla.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Značaj međunarodnog poslovanja				
2.	Međunarodno poslovanje i poslovno okruženje: različiti aspekti				
3.	Internacionalizacija preduzeća: teoretski aspekti				
4.	Specifičnosti izranjajućih tržišta				
5.	Etika u međunarodnom poslovanju				
6.	Društveno odgovorno poslovanje				
7.	Učesnici u međunarodnom poslovanju				
8.	Rizici i upravljanje rizicima u međunarodnom poslovanju				
9.	Prvi test				
10.	Običaji, uzanse i termini u međunarodnom poslovanju				
11.	Vrste međunarodnih poslova				
12.	Tehnike i oblici međunarodnih poslova				
13.	Izvozne i uvozne procedure i dokumenti				
14.	Finansiranje međunarodnih poslova				
15.	Metode plaćanja				
16.	E-oblici međunarodnog poslovanja				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:			U semestru:		
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,		
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b>					
Šapić, S., Filipović, J. (2019). Međunarodni marketing. Ekonomski fakultet. Kragujevac.;					
Rakita, B. (2016). Međunarodni biznis i menadžment. Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.;					
Backović, E. (2007). Finansiranje spoljnotrgovinskih transakcija. Ekonomski fakultet u Sarajevu.					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.					
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema					

Naziv predmeta	1.1.1.23 FINANSIJSKI MENADŽMENT				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-FIM	obavezan	5.	6	3	2
Šifra predmeta	E-FIM				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Upoznavanje studenata sa osnovnim pravilima i principima finansijskog menadžmenta, upravljanja finansijama preduzeća i funkcionisanja finansijskog tržišta. Rezultat unapređenja znanja iz ove oblasti je mogućnost objektivne identifikacije, analize i rješavanja karakterističnih problema sa kojim se finansijski menadžeri preduzeća susreću u toku poslovanja. Studenti stiču saznanja o ulozi finansijskog menadžera u oblasti finansiranja, investiranja i upravljanja finansijama preduzeća, te ovladavaju osnovama finansijske logike, finansijskih metoda i tehnika odabranih u skladu sa zahtjevima tržišta rada za kadrovima ovog profila.				
Ishodi učenja:	Studenti će biti osposobljeni da primjene konceptualno i apstraktno razmišljanje kao osnove kreativnog pristupa finansijama preduzeća; da primjene vještine samostalnog i timskog rada u oblasti finansijskog menadžmenta, kao preduslova učešća u rješavanju konkretnih zadataka iz oblasti finansija; razumiju i demonstriraju značaj ulogu finansija u preduzeću, kao i većinu primjenjenih osnovnih metoda i tehnika finansijskog menadžmenta; spoznaju strukturu kapitala i izvore finansiranja; analiziraju odnos poslovne i finansijske poluge preduzeća; primjene osnovna znanja o efikasnosti investicionih projekata i osnovnih metoda njihovog vrednovanja; prepoznaju i primjene različite oblike rizika i modela restrukturiranja kompanija.				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Poslovne funkcije preduzeća i zadaci poslovnih funkcija				
2.	Poresko okruženje, finansijska politika i pravila finansiranja				
3.	Tržište novca i tržište kapitala				
4.	Berza i devizno tržište				
5.	Finansiranje preduzeća, zajednička ulaganja, kreditiranje i specifični oblici finansiranja				
6..	Donošenje odluke o finansiranju				
7.	Analiza prinostnog, imovinskog i finansijskog položaja preduzeća				
8.	Ocjena boniteta preduzeća				
9.	Prvi test				
10.	Finansijsko planiranje, poslovni i finansijski rizik				
11.	Vremenska dimenzija novca				
12.	Pojam i kvantifikovanje investicija, finansijska ocjena i ocjena likvidnosti projekta				
13.	Analiza neizvjesnosti				
14.	Finansijsko upravljanje trajnim i dugoročnim kapitalom i stalnom imovinom				
15.	Upravljanje kratkoročnim obavezama i obrtnom imovinom				
16.	Upravljanje dividendom				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
6/30=0,2	6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 8 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:					
	Pobrić, N. (2015). Međunarodni finansijski menadžment. Univerzitet u Istočnom Sarajevu. Ekonomski fakultet Brčko.;				
	Mikerević, D. (2011). Finansijski menadžment. Banja Luka: Ekonomski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci i Finrar.;				
	Van Horne J. C., Wachowicz, J. M. Jr. (2002). Osnove finansijskog menadžmenta. Zagreb: Mate.				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.24 MARKETINŠKO KOMUNICIRANJE</b>				
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>	
E-MKO	obavezan	5.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-MKO				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Marketing					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Cilj predmeta Marketinško komuniciranje je da uvede studente u osnovne faze procesa planiranja marketinškog komuniciranja, da im objasni značaj kreativnosti u marketingu, da im pruži saznanja o glavnim komunikacijskim sredstvima i medijima koje preduzeća mogu koristiti za promociju svojih proizvoda i usluga. Poseban naglasak se daje na razumijevanje potrebe integrisanja marketinškog komuniciranja – strategije koordinisanja i kombinovanja marketinških poruka kako bi se postigao maksimalan uticaj.					
<b>Ishodi učenja:</b> Studenti će steći osnovna znanja iz područja marketing komunikacije. Biće osposobljeni da: identifikuju ciljeve i funkcije marketing komunikacije u okviru nove marketing paradigme; analiziraju društveni, etički, ekonomski i pravni aspekt marketinške komunikacije; kritički prosuđivaju teorijska i praktična znanja u konkretnim situacijama na tržištu; implementiraju stečena znanja i sposobnosti rješavanja problema iz područja marketing komunikacije na primjerima iz prakse.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Uvod u marketinško komuniciranje				
2.	Dijelovi integrisanog marketinškog komuniciranja				
3.	Strateško planiranje marketinškog komuniciranja				
4.	Organizacija marketinškog komuniciranja i uloga agencija za marketinško komuniciranje				
5.	Analiza ponašanja potrošača i uticaj marketinškog komuniciranja na ponašanja ciljnog auditorija				
6.	Proces i modeli komuniciranja				
7.	Ciljna tržišta marketinškog komuniciranja, određivanje budžeta				
8.	Planiranje i kreiranje marketing komunikacijske poruke				
9.	Prvi test				
10.	Mediji marketinškog komuniciranja i medijsko planiranje				
11.	Oglašavanje				
12.	Unapređenje prodaje, odnosi s javnošću i publicitet				
13.	Interaktivno marketinško komuniciranje				
14.	Lična prodaja				
15.	Direktni marketing, database marketing i online marketing				
16.	Kontrola i evaluacija marketinškog komuniciranja				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>		
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,		
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b> Stanković, Lj., Đukić S. (2014). Marketing komuniciranje. Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.; Brkić, N. (2003). Upravljanje marketing komuniciranjem. Ekonomski fakultet u Sarajevu. Univerzitet u Sarajevu. Sarajevo.; Kesić, T. (2003). Integrirane marketinške komunikacije. Opinio. Zagreb.					

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

Naziv predmeta	1.1.1.25 UPRAVLJANJE MARKETINGOM				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-UPM	obavezan	5.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>		E-UPM			
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademске studije prvog ciklusa studija; Marketing					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Ciljevi izučavanja predmeta jesu da se steknu specijalizovana znanja iz sfere upravljanja marketing aktivnostima u organizacijama i njihova koordinacija sa ostalim poslovnim funkcijama u svrhu ostvarivanja efektivnosti i tržišne prepoznatljivosti. Sticanje sposobnosti za identifikovanje osnovnih trendova u razvoju marketinga, analiziranje ponašanja potrošača u procesu kupovine proizvoda i usluga, analiziranje osnovnih elemenata strategije razvoja dugoročnih odnosa sa potrošačima i upoznavanje sa specifičnostima inovacija marketinga.					
<b>Ishodi učenja:</b> studenti će biti osposobljeni da: naprave, interpretiraju i donesu zaključke na temelju analize vanjskog i unutrašnjeg okruženja; definišu ciljno tržište i tipičnog potrošača; odrede ciljeve, strategije i taktike; definišu potreban budžet za provođenje strategije i metode evaluacije učinaka; isplaniraju implementaciju i kontrolu aktivnosti strategije marketinga.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Strateško upravljanje marketingom				
2.	Shvatanje zadovoljstva kupaca				
3.	Osvajanje tržišta kroz tržišno orijentisano strateško planiranje				
4.	Upravljanje markentiškim informacijama				
5.	Analiza marketing okruženja				
6.	Diferenciranje i pozicioniranje tržišne ponude				
7.	Upravljanje proizvodom				
8.	Marketing strategije za lidere, sljedbenike, izazivače i tamponere				
9.	Prvi test				
10.	Upravljanje uslugama				
11.	Kreiranje strategija i programa cijena				
12.	Upravljanje kanalima marketinga				
13.	Upravljanje integrisanim marketing komunikacijama (IMK)				
14.	Upravljanje direktnim i online marketingom				
15.	Upravljanje marketing naporima				
16.	Kontrola u upravljanju marketingom				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:			U semestru:		
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,		
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b> Kotler, F. (2008). Upravljanje marketingom. Mate. Zagreb.; Babić-Hodović, V. (2006). Marketing menadžment. Praktikum. Ekonomski fakultet.					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.					
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema					



Naziv predmeta	1.1.1.26 DIGITALNA EKONOMIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-DIE	obavezan	6.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-DIE				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Ciljevi ovog predmeta su ovladavanje metodama i tehnikama elektronskog poslovanja, usvajanje znanja o korištenju Interneta u obavljanju poslovnih procesa, te spremnost studenata da se u svom budućem radu suoče sa izazovima digitalne ekonomije. Predmet Digitalna ekonomija priprema studente za suočavanje sa primjenom Internet servisa u bliskoj budućnosti i čini ih konkurentnijim i samopouzdanijim u obavljanju budućeg posla. Studenti će savladati osnove elektronskog poslovanja trgovine, bankarstva i marketinga.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da budu otvoreniji prema modernijem shvatanju ekonomije, kao i uloji savremene informatičke tehnologije u njoj; da kreiraju dodatne vrijednosti putem efektivnog osposobljavanja za poslove i upravljanje u digitalnoj ekonomiji; da primjene vještine poslovanja u virtuelnom svijetu sa globalno umreženim preduzećima.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Pojam digitalne ekonomije i naučni pristup proučavanju				
2.	Uloga digitalne ekonomije u informacionom društvu				
3.	Misija, vizija i strategija digitalne ekonomije				
4.	Razvoj informacionog društva				
5.	Transformacija tradicionalne u digitalnu ekonomiju				
6.	Modeli poslovanja u digitalnoj ekonomiji				
7.	Virtuelna organizacija				
8.	Umrežene organizacije i digitalna ekonomija				
9.	Prvi test				
10.	Mobilno računarstvo				
11.	Pravni aspekti digitalne ekonomije				
12.	Marketing u digitalnoj ekonomiji				
13.	Razmjena podataka u digitalnoj ekonomiji				
14.	Tržišne strukture u digitalnoj ekonomiji				
15.	Značaj upravljanja znanjem u digitalnoj ekonomiji				
16.	Standardi digitalne ekonomije				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>7/30=0,23</b>	<b>7 kredita x 30 sati/kreditu=210 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,				
= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Lazović V., Đuričković T. (2018). Digitalna ekonomija, Beograd: Miba books. Ivanković Ž. (2018). Uvod u političku ekonomiju digitalnog doba, Zagreb: Jesenski i Turk. Latinović, B. (2007). Elektronsko poslovanje. Apeiron. Banja Luka; Lazibat, T., Kolaković, M. (2004). Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije. Sinergija. Zagreb; Panian, Ž. (2002). Izazovi elektroničkog poslovanja. Zagreb.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.27 UPRAVLJANJE PROJEKTIMA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-UPP	obavezan	6.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-UPP				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj izučavanja predmeta jeste pružanje studentima neophodnih teorijskih i praktičnih znanja o planiranju, realizaciji, kontroli i izvještavanju projekata. Cilj je da se studentima stvore osnovne pretpostavke o tome kako osigurati uspješnu realizaciju projekta korištenjem različitih tehnika i metoda. Naglasak će biti na sticanju praktičnih znanja i vještina koje će biti upotrebljive na tržištu rada. Svrha izučavanja predmeta je da se studentima omogući savladavanje metodološkog koncepta upravljanja projektima, odnosno savladavanje osnovnih tehnika pripreme, analize, ocjene i izvršenja projekta.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da vrednuju projekate; izvrše njegovu tržišnu i finansijsku analizu; analiziraju i projektuju poslovanje nacioca projekta, primjenjuju investicione kriterijume i donose investicione odluke; izrade studije izvodljivosti (opravdanosti) projekta; primjenjuju metode upravljanja projektom rizicima; razumiju prednosti i nedostatke različitih izvora finansiranja projekata.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Projekti i projektni menadžment				
2.	Istorija projektnog menadžmenta				
3.	Metode i tehnike projektnog menadžmenta				
4.	Pojam i vrste projekata				
5.	Koncept upravljanja projektima				
6.	Organizacija za upravljanje projektima				
7.	Analiza izvora finansiranja projekata (budžetska sredstva, međunarodne institucije, dužničke hartije od vrijednosti, javno-privatno partnerstvo)				
8.	Projektna organizacija i upravljanje ljudskim resursima u projektu				
9.	Prvi test				
10.	Metode i tehnike projektnog menadžmenta				
11.	Upravljanje ugovaranjem i kvalitetom projekta				
12.	Upravljanje rizikom projekata				
13.	Planiranje realizacije projekata				
14.	Praćenje, kontrola i sistem izvještavanja o realizaciji projekata				
15.	Korištenje softverskih paketa u upravljanju projektom				
16.	Program menadžment				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:		U semestru:		
	Kreditni koeficijent		<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
	7/30=0,23		7 kredita x 30 sati/kreditu=210 sati		
	Nedjeljno opterećenje:		Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,		
	= 0,23 x 40 sati		<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
	= 9 sati		<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					
	Vučenović, S. (2017). Upravljanje investicionim projektima. Banja Luka: Univerzitet u Banjoj Luci, Ekonomski fakultet.;				
	Paunović, B. (2017). Preduzetništvo i upravljanje malim preduzećem. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet.;				
	Jovanović, P. (2015). Upravljanje projektom. Fakultet za inovacioni i projektni menadžment, Beograd.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.28 PONAŠANJE POTROŠAČA</b>				
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>	
E-POT	obavezan	6.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-POT				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademske studije prvog ciklusa studija; Studijski program ekonomske nauke					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Cilj predmeta Ponašanje potrošača je da se studenti upoznaju sa faktorima koji utiču na ponašanje potrošača i modelima ponašanja potrošača. Ovaj kurs treba da omogući studentima da usvoje osnovna znanja o procesu odlučivanja potrošača, kao i ulogama u procesu kupovine, ali i o načinu organizovanja i zaštite potrošača. Takođe, jedan od ciljeva je i proučavanje potrošača, kao individue i kao člana zajednice, sa težnjom da se prodre u njegovo ponašanje i faktore koji na to ponašanje utiču.					
<b>Ishodi učenja:</b> studenti će biti osposobljeni da: razumiju aktualno ponašanje na tržištu; razumiju promjene u okruženju i mogućnosti koje marketarima stoje na raspolaganju; analiziraju specifične karakteristike potrošača; primijene adekvatnu segmentaciju tržišta i pozicioniranje na ciljnu skupinu; evaluiraju okruženje i promjena u trendovima koje prate promjene u ponašanju potrošača.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Ponašanje potrošača u marketing istraživanjima				
2.	Osnovni pojmovi o ponašanju potrošača; razlozi istraživanja ponašanja potrošača				
3.	Razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline; interdisciplinarnost ponašanja potrošača				
4.	Motivacioni proces potrošača; potrebe potrošača; motivi potrošača; ponašanje (akcija) potrošača				
5.	Utjecaji na ponašanje potrošača; klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača; geografske determinante ponašanja potrošača, demografski faktori; ekonomski utjecaji na ponašanje potrošača				
6.	Sociološke determinante ponašanja potrošača, kultura				
7.	Društvena klasa i sloj, društvena uloga i status; relevantne i referentne grupe.; lideri (vođe) mišljenja				
8.	Porodica; stil života				
9.	Prvi test				
10.	Psihološki (interni) faktori ponašanja potrošača; proces informisanja potrošača				
11.	Proces učenja, ličnost				
12.	Stavovi potrošača, motivaciona istraživanja				
13.	Proces odlučivanja potrošača, faze procesa odlučivanja				
14.	Vrste procesa odlučivanja; uloge u procesu kupovine				
15.	Proces prihvatanja (difuzija) novog proizvoda; organizovanje i zaštita potrošača.				
16.	Društvena odgovornost i konzumerizam				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>		
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>		
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,		
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>		
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>		
			<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>		
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b> Maričić Branko, (2011). Ponašanje potrošača. Ekonomski fakultet. Beograd.; Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., Hogg, M. K. (2015). Ponašanje potrošača. Europska slika. 4. izdanje. D.O.O. Mate. Zagred.					

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

Naziv predmeta	1.1.1.29 MEĐUNARODNI MARKETING			
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)
E-MDM	obavezan	6.	6	2 2
Šifra predmeta	E-MDM			
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Marketing			
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.			
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj predmeta Međunarodni marketing je da studentima ponudi bazična znanja, koncepcije, principe, strategije i vještine koje su u funkciji kreiranja i ostvarivanja međunarodnog tržišnog uspjeha. Cilj je da se studenti upoznaju sa karakteristikama međunarodnog marketing miksa, te da usvoje osnovna znanja o upravljanju međunarodnim marketingom.			
Ishodi učenja:	studenti će biti osposobljeni da: vladaju metodologijom za izbor i utvrđivanje potencijala stranih tržišta; znaju kako planirati i osmisliti marketinške strategije i taktike za nastup na odabranom stranom tržištu; povećaju sposobnost pronalaženja i korišćenja sekundarnih podataka u svrhu donošenja poslovnih odluka; razviju komunikacijske i prezentacijske sposobnosti te sposobnost timskog pristupa rješavanja problema.			
Ime i prezime nastavnika i saradnika:				
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.			
Sadržaj predmeta po sedmicama:				
1.	Definisanje, pojmovno razgraničenje i mjesto međunarodnog marketinga u procesu internacionalizacije poslovanja			
2.	Tržišne orijentacije, dometi, usmjerenja međunarodnog marketinga u procesu internacionalizacije poslovanja			
3.	Složenost, klasifikacija, osobine i tehnike međunarodnog marketing istraživanja			
4.	Selekcija i izbor inostranih tržišta			
5.	Međunarodno tržišno targetiranje			
6.	Alternativne strategije ulaska na inostrana tržišta			
7.	Vrednovanje različitih strategija ulaska na inostrano tržište			
8.	Specifičnosti, dizajn, pristupi kvalitetu			
9.	Prvi test			
10.	Upravljanje markom proizvoda, pakovanje, etiketiranje, garancija i servisi proizvoda za međunarodna tržišta			
11.	Koncepcijske osobenosti, pristupi, cjenovno pozicioniranje, strategije i determinante cijena u međunarodnom marketingu			
12.	Scenariji upravljanja, eskalacija, postupak određivanja			
13.	Realizacija cjenovnih aranžmana i međunarodni cjenovni uslovi razmjene u međunarodnom marketingu			
14.	Značaj i uloga, determinante, strategije, tipovi i struktura kanala prodaje u međunarodnom marketingu i međunarodna marketing logistika			
15.	Politika promocije u međunarodnom marketingu			
16.	Međunarodni internet marketing			
17.	Drugi test			
Opterećenje studenta po predmetu:				
Nedjeljno:	U semestru:			
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:			
6/30=0,2	6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati			
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x15= 60 sati predavanja i vježbi,			
= 0,2 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati			
= 8 sati	Završna provjera znanja: 5 sati			
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati			
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.			
Literatura:	Poljić, M. (2015). Međunarodni marketing. Ekonomski fakultet Brčko.; Rakita, B. (2009). Međunarodni marketing. Ekonomski fakultet, Beograd.			

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

---

Naziv predmeta	1.1.1.30 PRAKSA 2				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-PR2	obavezan	6.	4	-	3
Šifra predmeta	E-PR2				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj predmeta Praksa 2 je upoznati studente sa praktičnim primjenama stečenih teorijskih znanja na drugoj i trećoj godini studija. Osim toga, studenti imaju priliku da stiču nove poslovne vještine u konkretnim organizacijama.				
Ishodi učenja:	U okviru predmeta Praksa 2 se praktično obrađuju nastavne jedinice koje se teorijski izučavaju na drugoj i trećoj godini studija i to: istraživanje mrketinga 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 primarih podataka, analiza prikupljenih podataka, 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				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Istraživanje marketinga kao podrška menadžerima u donošenju odluka				
2.	Planiranje istraživanje marketinga				
3.	Prikupljanje primarnih podataka-metode ispitivanja i posmatranja				
4.	Prikupljanje sekundarnih podataka				
5.	Analiza prikupljenih podataka- priprema				
6.	Deskriptivna analiza				
7.	Definisanje hipoteza				
8.	Marketing informacijski sistemi				
9.	Prvi test				
10.	Ciljevi i načela finansiranja, finansijski sistem				
11.	Vrednovanje akcija i obveznica				
12.	Odlučivanje o finansiranju preduzeća				
13.	Struktura kapitala i troškovi kapitala				
14.	Ugovori u privredi,				
15.	Bankarski poslovi				
16.	Upravljanje marketingom i posebna područja marketinga				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
4/30=0,13	4 kredita x 30 sati/kreditu=120 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x15= 45 sati predavanja i vježbi,				
= 0,13 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 5 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 60 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju praksu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.31 BIZNIS PLAN				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-BIP	obavezan	7.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-BIP				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je da upozna studente sa osnovnim instrumentima savremenog poslovnog planiranja i da ih osposobi za primjenu osnovnih tehnika izrade i ažuriranja biznis plana u uslovima savremene tržišne ekonomije.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni za poslovno planiranje i izradu biznis plana.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Pojam malog biznisa				
2.	Biznis kao organizacioni sistem				
3.	Planiranje u biznisu				
4.	Potencijalni biznis				
5.	Obezbjedenje finansijskih sredstava				
6.	Sadržaj i definisanje biznis plana				
7.	Analiza djelatnosti, opis posla				
8.	Proizvodni plan, marketing plan; organizacioni plan, finansijski plan				
9.	Prvi test				
10.	Osnovni podaci o organizaciji				
11.	Opravdanost izbora djelatnosti				
12.	Stepen povjerljivosti plana				
13.	Ocjena rizika				
14.	Predviđanja vezana za dalji razvoj djelatnosti				
15.	Konkretizacija biznis plana				
16.	Zaključak biznis plana				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,			
	= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Lutovac, M., Tošić, D. (2016). Biznis plan za elektronsko poslovanje. Visoka škola elektrotehnike i računarstva strukovnih studija. Beograd.; Grupa autora. (2015). Strateški biznis plan. MCB Edukacija. Beograd.; Paunović, B. (2008). Poslovni plan: vodič za izradu. Ekonomski fakultet, Beograd.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				



Naziv predmeta	1.1.1.32 DIGITALNI MARKETING				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-DIM	obavezan	7.	6	2	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-DIM				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj ovog predmeta je da se studenti upoznaju sa Internet marketingom, koristeći poslovne modele nastupa na Internetu, te da savladaju tehnike izrade Internet marketing plana. Cilj predmeta je osposobiti studente za praćenje ponašanja potrošača u digitalnom okruženju; osposobiti studente za korištenje različitih digitalnih marketinških alata i njihovu integraciju sa tradicionalnim marketinškim alatima i medijima.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da razumiju temeljne pojmove, koncepte i tehnologiju vezanu za digitalni marketing; prepoznaju specifičnosti digitalnog marketinga i prilike koje nudi; kreativno i kritički promišljaju digitalnu marketinšku komunikaciju preduzeća; oblikuju odgovarajuću digitalnu marketinšku strategiju za preduzeće ili proizvod; osmisle kvalitetan sadržaj i poruku digitalne kampanje; optimiziju svoju web stranicu i istaknu se na pretraživačima; koriste različite digitalne marketinške alate i integrišu ih sa tradicionalnim marketinškim alatima i medijima; prate uspješnost digitalne marketinške kampanje; upravljaju reputacijom preduzeća ili proizvoda na internetu.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Osnove marketinga				
2.	Modeli poslovnog nastupa na Internetu				
3.	Internet marketing plan, strategije Internet marketinga				
4.	Tehnike i taktike; SEO tehnike				
5.	Društveni mediji; društvene mreže; primjena Google i servisa društvenih mreža;				
6.	Internet reklamiranje; mobilni marketing				
7.	Upravljanje odnosima sa klijentima				
8.	Poslovna inteligencija u Internet marketingu, trendovi u Internet marketingu				
9.	Prvi test				
10.	Tehnologije internet marketinga: forum, blog, rss				
11.	Tehnologije internet marketinga: CMS, affiliate, SEO, Google servisi				
12.	Internet biznis plan; Internet marketing plan				
13.	Registracija domena, besplatni hosting, plaćeni hosting				
14.	Veb dizajn, elaborat o vizuelnom identitetu; Instalacija Wordpress CMS-a				
15.	Razvoj portala; SEO–primjer na Wordpress; CRM, integracija sa Wordpress-om				
16.	Integracija elektronske prodavnice sa Wordpress-om				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
	Nedjeljno:	U semestru:			
	Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
	<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>			
	Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= 60 <b>sati</b> predavanja i vježbi,			
	= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
	<b>= 8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
		<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page (e-book). Safko, Lon. (2012). The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success (3rd ed.). Jersey: 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 (4th ed.). Prentice Hall.				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.33 KORPORATIVNO UPRAVLJANJE				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-KOU	obavezan	7.	7	3	2
<b>Šifra predmeta</b>	E-KOU				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta je objašnjenje relevantnih aspekata korporativnog upravljanja, prikazivanje i analiziranje konceptualnog okvira za razmatranje korporativnog upravljanja, te sagledavanje osnovnih problema u naučnom i stručnom pristupu korporativnom upravljanju, kao i analiza stanja i prakse korporativnog upravljanja u domaćim preduzećima.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da razumiju i istraže kompleksne relacije između investitora, menadžera i ostalih zainteresovanih strana; da definišu poslovnu strategiju preduzeća zasnovanu na OECD principima korporativnog upravljanja; da na osnovu saznanja o pravnoj strukturi i statusu društava kapitala, razmatraju odnose upravljačkih struktura korporacija odnosno vlasnika, menadžmenta i nadzornih odbora čemu će pristupiti sa pravnog i ekonomskog aspekta; da primijene dobre prakse korporativnog upravljanja <i>conditio sine qua non</i> za opstanak i rast korporacija, ali i za zemlje po pitanju privlačenja stranih investicija.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Pojam korporacije, problem principal-agent				
2.	Pojam, teorijski pristupi i mehanizmi korporativnog upravljanja uz osvrt na OECD principe i EU direktive i preporuke				
3.	Akcionarsko društvo: trougao vlasnika, nadzornog i upravnog odbora				
4.	Nadzorni odbor kao ključni organ kontrole i strateškog upravljanja				
5.	Skupština akcionara				
6.	Otvoreni i zatvoreni sistemi korporativnog upravljanja				
7.	Njemački i anglo-američki sistem korporativnog upravljanja, primjer iz regije				
8.	Korporativno računovodstvo i izvještavanja				
9.	Prvi test				
10.	Korporativno upravljanje i tržište kapitala				
11.	Objavljivanje i transparentnost izvještavanja				
12.	Ocjenjivanje stanja uvedenosti i primjene korporativnog upravljanja				
13.	Korporativno upravljanje u tranzicijskim zemljama uz poseban osvrt na posljedice privatizacije na akcionarsku strukturu i kulturu				
14.	Korporativna društvena odgovornost i korporativno upravljanje				
15.	Etika i korporativno upravljanje				
16.	Konvergencija sistema korporativnog upravljanja i najbolje prakse				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>7/30=0,23</b>	7 kredita x 30 sati/kreditu= <b>210 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= <b>75 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,23 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 9 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 105 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>	Tipurić, D. (2006). Nadzorni odbor i korporativno upravljanje. Zagreb: Sinergija.; Todorović, Z.; Babić M. (2008). Korporativno upravljanje kao faktor ubrzanog razvoja privrede. Banja Luka: Atlantik.; Lojpur, A.; Lakićević, M. (2009). Korporacijsko upravljanje u teoriji i praksi privatizacije, dopunjeno izdanje. Podgorica: Ekonomski fakultet; Međunarodna finansijska korporacija (IFC).				
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.34 POSLOVNO PREGOVARANJE</b>					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
E-PPR	obavezan	7.	6	2	2	
<b>Šifra predmeta</b>	E-PPR					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing					
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Sticanje potrebnih znanja i vještina iz važnih primijenjenih područja poslovnog komuniciranja, kao što su izvođenje prezentacija, komunikacija u prodaji, pregovaranje, vođenje sastanaka, intervjuisanje, elektronički posredovana komunikacija itd. Sticanje kompetencije za različite vrste komunikacijskih aktivnosti u akademskom i poslovnom okruženju u kontekstu individualnih i kulturalnih razlika. Cilj predmeta je shvatanje strategijskog značaja komuniciranja u poslovanju, shvatanja toka pregovaranja, razumijevanje elemenata procesa pregovaranja, korištenje taktike kompetitivnog pregovaranja u svrhu ostvarivanja što boljeg rezultata kao i analiza načina sticanja i upotrebe moći u procesu pregovaranja, te istraživanje procesa donošenja odluka unutar različitih koalicija; izučavanje karakteristika i etičkih vrijednosti pregovarača kao donosioca odluka.					
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da prepoznaju ulogu i značaj komunikacije i pregovaranja kao profesionalne kompetencije s osnovnim karakteristikama, zakonitostima i dinamikom komunikacionog procesa i vještina pregovaranja; prilagode vrstu razgovora situaciji, odnosno željenom cilju u poslovnim situacijama; primjene metode i principe poslovnog pregovaranja; analiziraju strategiju i taktiku pregovaranja; organizuju i vode pozicione i principijelne pregovore; kritički procjenjuju interes i opcije za vođenje uspješnih pregovora; vrednuju pravne i moralne strane pregovora, vrednuju pregovaračke situacije i ocjenjuju prepreke za uspješno poslovno pregovaranje.					
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1	Uvod u poslovno pregovaranje					
2	Proces poslovnog pregovaranja; interno I eksterno poslovno komuniciranje; tržišno komuniciranje					
3	Tehnike poslovnog pregovaranja					
4	Bitni elementi u procesu poslovnog pregovaranja					
5	Karakteristike pregovarača					
6	Strategije pregovaranja; priprema strategije pregovaranja					
7	Taktike pregovaranja; prepreke sprovođenju pregovaračke strategije					
8	Komunikacijske vještine					
9	Prvi test					
10	Pregovarački subprocesi					
11	Kontekst pregovora					
12	Pregovarački stil					
13	Međunarodno poslovno pregovaranje					
14	Pregovarački susret; igra u pregovorima					
15	Upravljanje konfliktima					
16	Etika I kultura u poslovnom pregovaranju					
17	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>					
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>					
<b>6/30=0,2</b>	6 kredita x 30 sati/kreditu= <b>180 sati</b>					
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 4 x 15= 60 sati predavanja i vježbi,					
= 0,2 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>					
<b>= 8 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>					
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>					
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.					
<b>Literatura:</b>	Cohen, S. (2014). Vještine pregovaranja za menadžere i ostale. Mate, Zagreb.; Tudor, G.(2009). Veliki poslovni pregovori. M.E.P. d.o.o., Zagreb.; Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajić, S., Drašković, N.(2019). Principi prodaje I pregovaranja. Sveučilište u Zagrebu, EFZG.; Gligorijević, M., Ognjanov, G. (2011). Poslovno pregovaranje. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta (Odabrana poglavlja).; Levicky, R. J. Et al. (2009). Negotiation. V prevedeno izdanje. Zagreb: Mate d.o.o. (Odabrana poglavlja).					

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.35 PRAKSA 3</b>				
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>	
E-PR3	obavezan	7.	4	-	3
<b>Šifra predmeta</b>	E-PR3				
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj predmeta Praksa III je upoznati studente 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.				
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenti će biti osposobljeni da primjene praktična znanja stečena iz oblasti digitalne ekonomije i digitalnog marketinga, upravljanja projektima, međunarodnog poslovanja i drugih oblasti.				
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>					
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b>	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>					
1.	Istraživanje marketinga kao podrška menadžerima u donošenju odluka				
2.	Planiranje istraživanje marketinga				
3.	Prikupljanje primarnih podataka-metode ispitivanja i posmatranja				
4.	Prikupljanje sekundarnih podataka				
5.	Analiza prikupljenih podataka- priprema				
6.	Deskriptivna analiza				
7.	Definisanje hipoteza				
8.	Marketing informacioni sistemi				
9.	Prvi test				
10.	Ciljevi i načela finansiranja, finansijski sistem				
11.	Vrednovanje akcija i obveznica				
12.	Odlučivanje o finansiranju preduzeća				
13.	Struktura kapitala i troškovi kapitala				
14.	Ugovori u privredi,				
15.	Bankarski poslovi				
16.	Upravljanje marketingom i posebna područja marketinga				
17.	Drugi test				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>					
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>				
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>				
<b>4/30=0,13</b>	4 kredita x 30 sati/kreditu= <b>120 sati</b>				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 3 x15= <b>45 sati</b> predavanja i vježbi,				
= 0,13 x 40 sati	<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>				
<b>= 5 sati</b>	<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>				
	<b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 60 sati</b>				
<b>Obaveze studenta:</b>	Studenti su obavezni da pohađaju praksu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
<b>Literatura:</b>					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
<b>Posebna napomena za predmet:</b>	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.36 EKONOMSKA DIPLOMATIJA				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-EKD	obavezan	8.	6	3	2
Šifra predmeta	E-EKD				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj predmeta je da studentima pruži neophodna znanja iz ugla novog ekonomskog instrumenta i nove naučne discipline – ekonomske diplomatije. Fokus učenja je na modalitetima ekonomske diplomatije i njenog korištenja u poboljšanju ekonomskih performansi i konkurentnosti nacionalne ekonomije. Predmet ima za cilj da studentima pruži znanja iz savremene diplomatije, sa posebnim akcentom na aktivnosti i instrumente ekonomske diplomatije.				
Ishodi učenja:	Studenti će biti osposobljeni da razumiju kompleksnost i dinamičnost savremenih međunarodnih ekonomskih i pravnih odnosa; vladaju teorijskim i praktičnim aspektima savremene ekonomske diplomatije i načinom unaprjeđenja komunikacije u međunarodnim ekonomskim odnosima s ciljem ostvarivanja bolje pregovaračke pozicije za nacionalnu privredu i njene ekonomske rezultate; povezuju teorijska sa praktičnim aspektima spoljnoekonomske politike u domenu pregovaranja i primjene međunarodnih sporazuma; prepoznaju uloge glavnih aktera u međunarodnoj ekonomiji na nacionalnom, regionalnom i međunarodnom nivou.				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Pojam ekonomske diplomatije				
2.	Ekonomska diplomatija kao naučna disciplina				
3.	Međunarodni odnosi i ekonomska diplomatija				
4.	Uloga ekonomske diplomatije u ekonomskom razvoju zemlje				
5.	Državni i nedržavni akteri u ekonomskoj diplomatiji				
6.	Organizacija spoljnih poslova				
7.	Bilateralna ekonomska diplomatija – studije slučaja				
8.	Regionalna ekonomska diplomatija – Evropska Unija				
9.	Prvi test				
10.	Multilateralna i plilateralna ekonomska diplomatija – globalne ekonomske institucije				
11.	Diplomatska profesija, diplomatsko obavještanje				
12.	Međunarodno pregovaranje, diplomatsko lobiranje				
13.	Ekonomska špijunaža i ekonomsko ratovanje				
14.	Tradicionalna diplomatija				
15.	Diplomatija i globalizacija				
16.	Karakteristike modernog ekonomskog diplomate				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
6/30=0,2	6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 8 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:					
	Bayne, N., Woolcock, S. (2007). The New Economic Diplomacy. Farnham: Ashgate.;				
	Prvulović, V. (2006). Ekonomska diplomatija, III izdanje. Beograd: Megatrend.;				
	Džombić, I. (2008). Ekonomska diplomatija Bosne i Hercegovine. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment.				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				

Naziv predmeta	1.1.1.37 OSIGURANJE				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-OSG	obavezan	8.	6	3	2
Šifra predmeta	E-OSG				
Vrsta i nivo studija, studijski program:	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing				
Uslovljenost drugim predmetima:	Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.				
Ciljevi izučavanja predmeta:	Cilj predmeta jeste da studenti ovladaju osnovnim teorijskim i praktičnim znanjima iz oblasti osiguranja. Svrha predmeta je sagledavanje cjeline i dijelova oblasti, djelatnosti i posebnosti industrije osiguranja sa naučnog, teorijskog i praktičnog stanovišta, zakonske i stručne regulative. Upoznati studente sa ulogom osiguranja, omogućiti sticanje znanja o upravljanju ličnim finansijama, uključujući i osiguranje od rizika i osiguranja imovine i lica, života i zdravlja.				
Ishodi učenja:	Studenti će biti osposobljeni da samostalno organizuju i koordinišu, kontrolišu i nadziru pojedine segmente osiguravajuće djelatnosti, kako u privredi, tako i u državnim institucijama i regulatornim tijelima; primjenom stečenih znanja i vještina utiču na ublažavanje i neutralisanje posljedica štetnih događaja.				
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.				
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Definicija, determinante i klasifikacija rizika				
2.	Strategija upravljanja rizikom				
3.	Rizik i osiguranje				
4.	Pojam, elementi i karakteristike osiguranja				
5.	Subjekti i dokumenta u osiguranju				
6.	Pravni aspekti osiguranja				
7.	Ekonomske aspekti osiguranja				
8.	Upravljanje osiguranjem				
9.	Prvi test				
10.	Životno osiguranje				
11.	Neživotno osiguranje				
12.	Socijalno osiguranje – penziono osiguranje i zdravstveno osiguranje				
13.	Osiguranje od odgovornosti				
14.	Druge vrste osiguranja				
15.	Saosiguranje i reosiguranje				
16.	Državna regulacija osiguranja				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:	U semestru:				
Kreditni koeficijent	Ukupno opterećenje za predmet:				
6/30=0,2	6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati				
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava: 5 x 15= 75 sati predavanja i vježbi,				
= 0,2 x 40 sati	Kontinualna provjera znanja: 10 sati				
= 8 sati	Završna provjera znanja: 5 sati				
	Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati				
Obaveze studenta:	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.				
Literatura:	Avdalović, V., Petrović, E., Stanković, J. (2016). Rizik i osiguranje. Ekonomski fakultet. Niš.; Kočović, J., Šulejić, P., Rakonjac-Antić, T. (2010). Osiguranje. Beograd: Ekonomski fakultet.; Stipić, M. (2008). Osiguranje sa osnovama reosiguranja. Sveučilišni udžbenik, Sveučilišni studijski centar za stručne studije. Split				
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.				
Posebna napomena za predmet:	Nema				



<b>Naziv predmeta</b>	1.1.1.38 ODNOSI S JAVNOŠĆU					
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>		
E-ODJ	obavezan	8.	6	3	2	
<b>Šifra predmeta</b>	E-ODJ					
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b> Akademske studije prvog ciklusa studija; Studijski program ekonomske nauke						
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.						
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Predmet Odnosi s javnošću nastoji da izgradi razumijevanje funkcije odnosa s javnošću, te da pokaže kako su povezani sa top menadžmentom kompanije i kako kompanija koristi komunikacije kod sprovođenja svoje poslovne strategije, te uspostave odnosa sa različitim interesnim grupama.						
<b>Ishodi učenja:</b> studenti će biti osposobljeni da: identifikuju osnovne pojmove (koncepte) odnosa s javnostima; tvrde logiku funkcioniranja masovnih medija, kao i važnost i uticaj medijski posredovane komunikacije; identifikuju osnovne tehnike, zakonitosti i strategije kreiranja identiteta i brenda; identifikuju osnovne kanale plasiranja informacija različitim javnostima s posebnim naglaskom na nove/društvene medije; utvrde logiku krize i krizne situacije i identifikuju osnovne korake u upravljanju kriznom situacijom.						
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>						
<b>Metod nastave i savladavanje gradiva:</b> Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.						
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>						
1.	Uvod u korporativno komuniciranje i odnose s javnošću					
2.	Teorije odnosa s javnošću					
3.	Stakeholder menadžment i komunikacija					
4.	Strategija i planiranje korporativnog komuniciranja i odnosa s javnošću					
5.	Kreiranje identiteta, imidža i ugleda kompanije					
6.	Etika i profesionalizam u odnosima s javnošću					
7.	Korporativno (institucionalno) oglašavanje					
8.	Odnosi s medijima					
9.	Prvi test					
10.	Komuniciranje sa zaposlenima					
11.	Odnosi sa investitorima i finansijskom javnošću					
12.	Odnosi sa društvenom zajednicom					
13.	Korporativna društvena odgovornost					
14.	Upravljanje kriznim komuniciranjem					
15.	Međunarodni odnosi s javnošću					
16.	Alati i tehnike odnosa s javnošću					
17.	Drugi test					
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>						
Nedjeljno:			<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent			<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati			
Nedjeljno opterećenje:			Aktivna nastava: 5 x15= 75 sati predavanja i vježbi,			
= 0,2 x 40 sati			<b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b>			
= 8 sati			<b>Završna provjera znanja: 5 sati</b>			
			<b>Samostalan rad:</b> učenje, seminarski, konsultacije <b>90 sati</b>			
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.						
<b>Literatura:</b> Tomić, Z. (2008). Odnosi s javnošću – teorija i praksa. Synopsis. Zagreb-Sarajevo.; Katlip, S.M., Senter, A.H., Brum, G.M. (2006). Uspešni odnosi s javnošću. Prevod, deveto izdanje. Služeni glasnik. Beograd.; Tench, R., Yeomans, L. (2009). Otkrivanje odnosa s javnošću. Prijevod, drugo izdanje. HUOJ, Zagreb.; Vilkoš, D.L., Kameron, G.T., Olt, F.H., Ejđži, V.K. (2006). Odnosi s javnošću – strategije i taktike, prevod, sedmo izdanje. Ekonomski fakultet Beograd.; Brkić, N. (2003). Upravljanje marketing komuniciranjem. Ekonomski fakultet u Sarajevu.						



**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:** Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.

**Posebna napomena za predmet:** Nema

Naziv predmeta		MARKETING LOGISTIKA			
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)	
E-MLO	obavezan	8.	6	3	2
Šifra predmeta		E-MLO			
Vrsta i nivo studija, studijski program: Akademске studije prvog ciklusa studija; Studijski program ekonomske nauke					
Uslovljenost drugim predmetima: Nema uslova prijavljivanja i slušanja predmeta.					
Ciljevi izučavanja predmeta: Marketing logistika omogućava studentima da prepoznaju logistički sistem kao skup operativnih aktivnosti sa izuzetnim implikacijama na strateški nivo firme. Cilj predmeta je da upozna studente sa osnovnim determinantama logističkog menadžmenta u preduzećima, odnosno sa marketing logistikom kao poslovnom, ali i naučno - metodološkom disciplinom.					
Ishodi učenja: Ključna znanja koje će studenti steći nakon što odluše i pološe 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: 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 medjuzavisnosti njihovih troškova;					
Ime i prezime nastavnika i saradnika:					
Metod nastave i savladavanje gradiva: Nastava se izvodi u obliku predavanja i vježbi na računaru. Učenje, testovi, domaći radovi, seminarski rad i konsultacije.					
Sadržaj predmeta po sedmicama:					
1.	Teorijsko i poslovno profilisanje logistike; značaj i pozicioniranje logističkih poslova u preduzeću				
2.	Logistički troškovi; ključne aktivnosti logističkog menadžmenta				
3.	Faktori koji su doveli do povećanog interesa za logistiku; kanali distribucije i logistike				
4.	Pristupi upravljanja logističkim procesom				
5.	Pojam, funkcija i zadaci servisa potrošača; servis potrošača kao efikasno konkurentsko sredstvo preduzeća; zadaci politike servisa potrošača				
6.	Logistički predstavnik na strateškom vrhu firme, implementacija konkurentске strategije servisa potrošača				
7.	Kontrola kvaliteta servisa potrošača				
8.	Upravljanje transportom: savremeno transportno tržište, troškovi i cijena koštanja transporta				
9.	Prvi test				
10.	Formiranje i politika cijena u transportu				
11.	Strateške transportne odluke, integralni transport				
12.	Aspekti upravljanja zalihama u preduzeću, politika upravljanja zalihama, ABC analiza u upravljanju zalihama				
13.	Značaj funkcije i okvir za upravljanje skladištenjem, broj skladišta, lokacija skladišta				
14.	Logistički informacioni sistemi kao integrisani dio marketing informacionih sistema				
15.	Postavka i implementacija logističkog informacionog sistema, proces prijema i realizacije porudžbine				
16.	Strateške alternative organizovanja logističkih aktivnosti, koncepti i tipovi logističke organizacije; logistički provajderi, menadžeri marketing logistike				
17.	Drugi test				
Opterećenje studenta po predmetu:					
Nedjeljno:			U semestru:		
Kreditni koeficijent			Ukupno opterećenje za predmet:		
6/30=0,2			6 kredita x 30 sati/kreditu=180 sati		

Nedjeljno opterećenje: = 0,2 x 40 sati = 8 sati	Aktivna nastava: 5 x15= 75 <b>sati</b> predavanja i vježbi, <b>Kontinualna provjera znanja: 10 sati</b> <b>Završna provjera znanja: 5 sati</b> <b>Samostalan rad: učenje, seminarski, konsultacije 90 sati</b>
<b>Obaveze studenta:</b> Studenti su obavezni da: pohađaju nastavu, urade domaće radove, seminarski rad i testove, da rade kolokvije i posjećuju konsultacije.	
<b>Literatura:</b> Božić V., Aćimović S. (2006). Marketing logistika. Ekonomski fakultet, Beograd.; Barac, N., Milovanović, G. (2003). Menadžment poslovne logistike. Niš.; Jusufrić, I., Bešić, C., (2009). Poslovna logistika. Fakultet za privrednu i tehničku logistiku. Travnik.	
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b> Redovno prisustvo nastavi donosi do 10 bodova, kolokvijumi, testovi donose do 30 bodova (2x15), domaći radovi i seminarski rad donosi do 10 bodova, završni ispit donosi do 50 bodova. Prolazna ocjena se dobije ako se sakupi 55 ili više bodova.	
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema	

<b>Naziv predmeta</b>	<b>1.1.1.40 ZAVRŠNI RAD – DIPLOMSKI RAD</b>			
<b>Skraćeni naziv</b>	<b>Status</b>	<b>Semestar</b>	<b>ECTS</b>	<b>Fond časova (P+A+L)</b>
E-DIPL	obavezan	VIII	6	
<b>Šifra predmeta</b>	E-DIPL			
<b>Vrsta i nivo studija, studijski program:</b>	Akademske studije prvog ciklusa studija; Ekonomska diplomatija, Finansije i bankarstvo, Menadžment i Marketing			
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b>	Nema uslova prijavlivanja i slušanja predmeta.			
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b>	Cilj izrade i odbrane završnog rada je da student pokaže da posjeduje zadovoljavajuću sposobnost primjene teorijskih i praktičnih znanja iz oblasti ekonomije. Izradom i odbranom završnog rada, studenti koji su završili studije treba da budu sposobni da rješavaju realne probleme iz prakse, kao i da nastave studije ukoliko se za to opredijele.			
<b>Ishodi učenja:</b>	Studenta će biti sposobni da samostalno primjenjuju prethodno stečena znanja iz različitih oblasti koje su prethodno izučavali, radi sagledavanja strukture zadatog problema i njegove sistematske analize u cilju izvođenju zaključaka o mogućim pravcima njegovog rješavanja. 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 rješavajući zadatke iz oblasti zadate teme, studenti stiču znanja o kompleksnosti i složenosti problema iz oblasti. Izradom diplomskog rada studenti stiču određena iskustva koja mogu primijeniti u praksi prilikom rješavanja problema iz oblasti njihove struke. Pripremom rezultata za javnu odbranu, javnom odbranom i odgovorima na pitanja i primjedbe komisije student stiče neophodno iskustvo o načinu na koji u praksi treba prezentovati rezultate samostalnog ili kolektivnog rada.			
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b>				
<b>Metode izvođenja:</b>	Završni rad predstavlja samostalan rad studenta izrađen u pisanoj formi, uz uputstva i konsultacije sa mentorom. Mentor za izradu i odbranu završnog rada formuliše temu sa zadacima za izradu završnog rada. Kandidat u konsultacijama sa mentorom i saradnikom samostalno radi na problemu koji mu je zadat. Nakon izrade rada i saglasnosti mentora da je uspješno urađen rad, kandidat brani rad pred komisijom, koja se sastoji od tri člana.			
<b>Sadržaj predmeta po sedmicama:</b>				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.	Formira se pojedinačno u skladu sa potrebama i oblašću koja je obuhvaćena zadatom temom završnog rada.			
8.	Student u dogovoru sa mentorom sačinjava završni rad u pisanoj 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 diplomatske radove studenata koji se bave sličnom tematikom, vrši analize u cilju iznalaženja rješenja konkretnog zadatka koji je definisan zadatkom završnog rada.			
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				
17.				
<b>Opterećenje studenta po predmetu:</b>				
Nedjeljno:	<b>U semestru:</b>			
Kreditni koeficijent	<b>Ukupno opterećenje za predmet:</b>			
Nedjeljno opterećenje:	Aktivna nastava:			
	<b>Kontinualna provjera znanja:</b>			
	<b>Završna provjera znanja:</b>			
	<b>Samostalan rad:</b> učenje, seminarski, konsultacije			
<b>Obaveze studenta:</b>	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 zadatkom diplomskog rada. Tokom izrade diplomskog rada, mentor može davati dodatna uputstva studentu, upućivati na određenu literaturu i dodatno ga usmjeravati 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 mjerenja, ispitivanja, brojanja, ankete i druga istraživanja, ako je to predviđeno zadatkom diplomskog rada. Student sačinjava diplomski rad i nakon dobijanja saglasnosti od strane komisije za ocjenu i odbranu, ukoričene primerke dostavlja komisiji. Odbrana diplomskog rada je javna, a student je obavezan da nakon prezentacije usmeno odgovori na postavljena pitanja i primjedbe.			

<b>Literatura:</b>
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:</b>
<b>Posebna napomena za predmet:</b> Nema