

## **ПРИЛОГ 5.2**

# **СПЕЦИФИКАЦИЈА ПРЕДМЕТА**

## **МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ**

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>ПОСЛОВНО ПРЕГОВАРАЊЕ</b>
Наставник: <b>Андрејевић И. Александар</b>
Статус предмета: <b>обавезан, 1. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>7</b>
Услов: <b>нема</b>
<p><b>Циљ предмета</b>  Изучавање процедура, метода, техника и вештина у склапању међународних пословних аранжмана, вођења међународних послова и отклањања недостатака и неспоразума у склопљеним међународним пословним аранжманима.</p>
<p><b>Исход предмета</b>  Оспособљавање студената за самостално склапање, вођење и кориговање пословних аранжмана у савременом пословном преговарању.</p>
<p><b>Садржај предмета</b>  <i>Теоретска настава</i>  Преговарање на савременом светском тржишту, уговори и пословни односи, седам корака припреме за склапање међународних послова, седам начела за склапање међународних послова, седам посебних препрека при склапању међународних послова, преговарачко окружење, култура, идеологија, страна предузећа и бирократија, стране власти и закони, страна валута, непостојаност и изненадне промене околности, изазови вођења послова, методе, техника и вештине у међународном пословању, пословни стрес, накнадно преговарање постојећих пословних договора, посредовање у поправљању пословних односа и умеће дипломатског пословања.  <i>Практична настава</i>  Студије случајева везане за процедуре, методе и технике у склапању међународних пословних аранжмана, вођење међународних послова и отклањање недостатака и неспоразума у склопљеним међународним пословним аранжманима.</p>
<p><b>Литература</b>  Jeswald W. Salacuse: Светски преговарач, превод, Факултет за економију, финансије и администрацију, Универзитет Сингидунум, Београд, 2006.</p>

**Број часова активне наставе**

**Теоријска настава:3**

**Практична настава:3**

<b>Методе извођења наставе</b>			
Фронтална настава, студије случајева, дискусије, мулти медијална комуникација			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>5</b>	писмени испит	<b>35</b>
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>3 x 15</b>	.....	
семинар-и	<b>5</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>ФИНАНСИЈСКА ТРЖИШТА И ИНСТИТУЦИЈЕ</b>
Наставник: <b>Целетовић У. Миленко, Jelena Jotić</b>
Статус предмета: обавезан, 1. семестар
Број ЕСПБ: <b>8</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета</b> Упознавање студената са савременим теоријским и практичним аспектима финансија али и стицање теоријско-аналитичких и примењених знања из области финансијских тржишта.
<b>Исход предмета</b> Студент ће бити оспособљен за практичан рад на пословима финансијских саветника, портфолио менаџера и других учесника на савременим финансијским тржиштима односно за креативно решавање проблема на савременим берзама, али и за рад у банкама, брокерско-дилерским кућама, инвестиционим фондовима, осигуравајућим компанијама и др.
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> <b>Функције и детерминанте финансијског тржишта</b> – функције и елементи финансијског тржишта, национално и међународно финансијско тржиште, финансијски центри. <b>Финансијско тржиште и хартије од вредности</b> – врсте и карактеристике хартија од вредности, улога банака у емисији хартија од вредности, акционарска економија. <b>Карактеристике савремених финансијских тржишта</b> – глобализација и дерегулација, техничко-технолошки прогрес, развој финансијских иновација, ЕМУ и увођење евра. <b>Тржиште капитала</b> – институције и инструменти тржишта капитала, акције, обвезнице, берзе. <b>Тржиште новца</b> – улога и механизам тржишта новца, институције тржишта новца, краткорочне хартије од вредности на тржишту новца. <b>Девизно тржиште</b> – девизе и девизни курс, повезаност девизног тржишта, тржишта капитала и тржишта новца. <b>Тржиште финансијских деривата. Институционални инвеститори</b> – инвестициони фондови, осигуравајуће компаније, пензијски фондови, <i>Практична настава</i> Вежбе на практичним примерима из функционисања финансијских тржишта, презентације пројеката, семинарских и приступних радова, решавање студија случаја.
<b>Литература</b> 1. др Миленко Целетовић: Финансијска тржишта, Београд, 2006. 2. др Дејан Ерић: Финансијска тржишта и инструменти, Чигоја штампа, Београд, 2003. 3. др Александар Живковић, др Дејан Ерић, др Ђорђе Павловић, др Петар Бојовић, Увод у финансијски менаџмент, Чигоја штампа, Београд, 2005. 4. др Васиљевић Бранко, Основи финансијског тржишта, Завет, Београд 2002.

**Број часова активне наставе**                      **Теоријска настава: 3**                      **Практична настава: 3**

<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, вежбе, консултације, разматрање конкретних проблема из области банкарства, презентације пројеката и семинарских радова.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>40</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>ФОРЕНЗИЧКА РЕВИЗИЈА</b>
Наставник: <b>Видаковић В. Слободан</b>
Статус предмета: обавезан, 1. семестар
Број ЕСПБ: <b>7</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета</b> У економији су криминалне радње врло распрострањене и у експанзији у последње време. Годишња штета по основу криминалних радњи запослених, односно „белих крагни“ (вхите цоллар цриме), према стручним проценама, износи 20 пута више од штете услед уличног криминала. Међутим, све до случаја са великом финансијском афером корпорације „Енрон“ овај вид криминала, у смислу информисаности и медијског праћења, је занемаривом. Циљ овог предмета јесте да допринесе развијању знања и разматрању криминалних радњи и ревизији финансијских извештаја. Наиме, на

предмету се, првенствено, изучавају криминалне радње рачуноводствене природе. Разматрају се начини путем којих форензичко рачуноводство истражује и документује таква криминална дела, начине помоћу којих их интерни и екстерни ревизори откривају и разматрају како добра менаџерска пракса може помоћи у спречавању и откривању превара везаних за лажно финансијско извештавање. Стицање наведених знања неопходно је студентима како би разумели превентивну и реактивну линију одбране од рачуноводствених превара.

#### Исход предмета:

- Развијање знања из подручја форензичког рачуноводства;
- Развијање знања неопходних за познавање суштине ревизије криминалних радњи;
- Усавршавање вештина неопходних за упознавање домета и ограничења форензичке ревизије у оптимизирању ризика од криминалних радњи у рачуноводству, стицање сигурности у презентацији ставова везаних за актуелне финансијске криминалне радње.

#### Садржај предмета

1. УПРАВЉАЊЕ РИЗИКОМ ПОСЛОВАЊА
2. ПРИВРЕДНИ КРИМИНАЛ И РАЧУНОВОДСТВО
3. НЕТАЧНО И ЛАЖНО ФИНАНСИЈСКО ИЗВЕШТАВАЊЕ
4. ФОРЕНЗИЧКО РАЧУНОВОДСТВО И КРИМИНАЛНЕ РАДЊЕ У РАЧУНОВОДСТВУ
5. ОСНОВЕ ФОРЕНЗИЧКЕ РЕВИЗИЈЕ
6. ЗНАЦИ УПОЗОРЕЊА И ОТКРИВАЊЕ КРИМИНАЛНИХ РАДЊИ
7. СПРЕЧАВАЊЕ, КОНТРОЛА И ПРОЦЕНА РИЗИКА НАСТАНКА КРИМИНАЛНИХ РАДЊИ
8. КРИМИНАЛНЕ РАДЊЕ И РЕВИЗИЈСКЕ ТЕХНИКЕ УЗ ПОМОЋ РАЧУНАРА
9. ИЗРАЖАВАЊЕ МИШЉЕЊА (ИЗВЕШТАЈ) ФОРЕНЗИЧКОГ РЕВИЗОРА

*Теоријска настава*

**Тематска обрада и презентирање нових наставних јединица, те активно суделовање студената у расправи по обрађеним тематским целинама.**

*Практична настава*

**Презентирање и извођење семинарских радова, те активности студената на решавању конкретних случајева из праксе.**

#### Литература

##### Шира литература:

1. Превод дела: Enterprise Risk Management – Integrated Framework, The Institute of Internal Auditors 2004, Управљање ризиком пословање – интегрисани оквир, издавач: Савез рачуновођа и ревизора Србије, Београд, 2009.
2. Превод дела: Audit Planning - A Risk Based Approach, K. H. Spencer Picket, John Wiley & Sons, Inc. 2007, Планирање ревизије на бази ризика, издавач: Савез рачуновођа и ревизора Србије, Београд, 2011.
3. Koletnik, Franc: Forenzičko računovodstvo, Zveza računovodij, finančikov in revizorjev Slovenije, Ljubljana, 2008.
4. Stefan Hofman: Handbuch Anti – Fraud – Management (Bilanzbetrug erkennen – vorbeugen – bekämpfen), Erich Schmidt Verlag GMBH & Co., Berlin, 2008.

##### Обавезна литература:

1. Превод дела: Fraud Auditing and Forensic Accounting, Tommie W. Singleton, Aaron J. Singleton, Jack Bologna, Robert Lindquist, Published by John Wiley & Sons, Inc., Ревизија криминалне радње и форензичко рачуноводство, издавач: Савез рачуновођа и ревизора Србије, Београд, 2010.
2. Слободан В. Видаковић, Рачуноводствене преваре и Форензичка ревизија (у припреми)

**Број часова активне наставе**

**Теоријска настава: 2**

**Практична настава: 2**

#### Методe извођења наставе:

Предавања, вежбе, консултације, разматрање конкретних проблема из области форензичке ревизије, презентације пројеката и семинарских радова.

#### Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава		усмени испит	
колоквијум-и	60	.....	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>УПРАВЉАЊЕ РАЗВОЈЕМ МАЛИХ ПРЕДУЗЕЋА</b>
Наставник: <b>Пенезић Д. Ненад, Тот И. Вилмош</b>
Статус предмета: <b>обавезан, 1. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>8</b>
Услов: <b>нема</b>

#### Циљ предмета

Циљ предмета Управљање развојем малих предузећа намењен је разумевању значаја и улоге предузетника у савременом економском развоју и савладавању основних знања у домену предузетничког менаџмента, посматраног кроз фазе животног циклуса предузетничке организације-малог предузећа.

#### Исход предмета

Студент ће бити оспособљен за самосталну процену пословних шанси, њихову тржишну валоризацију, процену сопствених предузетничких способности, предузетничких стратегија, као и моделирање пословног плана, чиме се стварају предуслови за успешно покретање сопственог предузетничког подухвата кроз оснивање малог предузећа и његово вођење у условима тржишне структуре.

#### Садржај предмета

##### Теоријска настава:

Савремени свет предузетништва (предузетничка револуција, предузетништво-развојни концепт, интерно предузетништво); Предузетничке перспективе (разумевање појединачних предузетничких перспектива, развој креативности и разумевање иновативности); Иноцијализација предузетничког подухвата (процена и оцена пословних шанси (организационо структурирање предузетничког подухвата, законски механизми заштите, финансирање предузетничког подухвата, законски механизми заштите, финансирање предузетничког подухвата); Моделирање пословног плана (анализа окружења-припреме за предузетнички подухват, анализа тржишта, финансијске пројекције предузетничког подухвата, моделирање интегралног пословног плана); раст и развој предузетничког подухвата (стратегијско планирање предузетничког подухвата, управљање растом и развојем предузетничког подухвата, глобалне могућности за развој предузетништва); Оснивање малог предузећа (предузетништво у пракси-предузетнички менаџмент); Конкретна економска стварност малог предузећа (елементи улагања, елементи резултата, однос између елемената улагања и елемената резултата, фактори); Принципи пословања малог предузећа (разумевање трошкова пословања/уtroшци, трошкови и издаци, принципи економије репродукције малог предузећа); Савремени изазови предузетништва (континуирани изазови предузетника, управљање подухватом-сукцесија и континуитет, перспективе породичног бизниса).

##### Практична настава:

Вежбе на практичним примерима из домена иницијализације и управљања предузетничким подухватом-презентације пројеката, семинарских и приступних радова, решавање студија случаја.

#### Литература

- 1.Тодић, В., Пенезић, Н., Лукић, Д., Милошевић, М.: Технолошка логистика и предузетништво, Факултет техничких наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, 2011.
2. Др Ненад Пенезић, Предузетништво-савремени приступ, Академска књига, Нови Сад, 2008.
3. Др Ненад Пенезић, Економика предузећа са основама микроекономске анализе, Факултет пословне економије, Универзитет Едуконс, Сремска Каменица, 2009.
4. Henry Rwigema, Robert Venter: Advanced Entrepreneurship, Oxford University Press, Oxford, 2004

**Број часова активне наставе**

**Теоријска настава: 2**

**Практична настава: 2**

#### Методе извођења наставе

Предавања, вежбе, освежавање градива (краћи репетиторијум), консултације, разматрање конкретних проблема из области предузетништва, као и презентације пројеката и семинарских радова.

#### Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>40</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>			
Назив предмета: <b>МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊЕ</b>			
Наставник: <b>Радновић С. Бранислав</b>			
Статус предмета: <b>обавезан, 2. семестар</b>			
Број ЕСПБ: <b>8</b>			
Услов: <b>нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Изучавање специфичности дисциплине Маркетинг истраживања као информационе основе маркетинг менаџмента од изузетног значаја за спровођење маркетинг активности, као и за потребе доношења квалитетних маркетинг менаџмент одлука и постизање укупног тржишног успеха. Циљ је представити и указати студентима да су Маркетинг истраживања основа за развој, спровођење и праћење ефективности како маркетинг, тако и укупних менаџмент, односно пословних концепата и одлука.			
<b>Исход предмета</b>			
Оспособљавање студената за самостално планирање, организовање, вођење и контролисање активности маркетинг истраживања. Адекватно конципирање и усаглашавање инструмената маркетинг микса у складу са резултатима маркетинг истраживања. Схватање целокупног процеса маркетинг истраживања и његових особености за потребе спровођења ефективних маркетинг активности и доношење квалитетних маркетинг менаџмент одлука у циљу укупног компанијског успеха.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Значај маркетинг истраживања са аспекта маркетинг менаџмента, проучавање специфичности, улоге и места маркетинг истраживања, процес маркетинг истраживање у служби функција и инструмената маркетинга, дефинисање циља и предмета маркетинг истраживања, упознавање са савременим методама, инструментима и техникама маркетинг истраживања, извори података за маркетинг истраживања (примарни и секундарни подаци, survey research и панели, експериментална метода), проблем мерења у маркетинг истраживањима, пројектовање упитника, мерење ставова, перцепција и преференција, дубински интервју, пројективне технике, посматрање и психолошко мерење, узорковање (појам и значај узорка, одређивање величине узорка, врсте узорка), извештај о резултатима обављеног маркетинг истраживања, управљање маркетинг истраживањем (улога маркетинг менаџера и маркетинг истраживача, трошкови и буџетирање маркетинг истраживања, организација маркетинг истраживања), истраживање понашања купаца (потрошача), истраживање тражње и предвиђање тржишта и продаје, истраживање производа и цена, истраживање за потребе канала дистрибуције и одређивање стратегија промоције, дефинисање и врсте контроле маркетинг активности.			
<i>Практична настава</i>			
Студије случајева везане за целокупан процес маркетинг истраживања, информације од значаја за маркетинг менаџмент анализирање и одлучивање, управљање маркетинг истраживањем, начин спровођења маркетинг истраживања, успостављања корелације између маркетинг истраживања и доношења маркетинг менаџмент одлука, маркетинг истраживање везано за инструменте маркетинга и управљање укупном пословном политиком компаније.			
<b>Литература</b>			
1. Салаи, Сузана, Божидаревић, Десанка, Маркетинг истраживања – информациона основа маркетинг менаџмента, Савремена администрација, Београд, 2001.			
2. Грубор, Александар, Маркетинг истраживања, Економски факултет, Суботица, 2008.			
3. Ханић, Хасан, Истраживање тржишта и маркетинг информациони систем, Београд, 2003.			
4. Тихи, Борис, Маркетинг истраживања, Економски факултет, Сарајево, 2003.			
5. Стојановић, Владимир, Маркетинг и менаџмент истраживања, Апеирон, Бања Лука, 2008.			
6. Malhotra, K. Naresh, Birks, F. David, Marketing Research – An Applied Approach, FT Prentice Hall, 2006.			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 3</b>	
		<b>Практична настава: 3</b>	
<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, консултације, дискусије, разматрање конкретних проблема из области маркетинг истраживања, презентације истраживачких и семинарских радова			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>5</b>	писмени испит	<b>25</b>

практична настава	10	усмени испит	10
колоквијум-и	3 x 15	.....	
семинар-и	5		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>МЕЂУНАРОДНЕ ФИНАНСИЈЕ</b>
Наставник: <b>Филиповић М. Сања</b>
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета</b> Предмет има за циљ да студенте упозна са генезом развоја међународног монетарног система као и актуелностима у међународним финансијским токовима. Наставне активности подстичу аналитичко-истраживачки интерес на подручју међународних финансија, у смислу да студенти савладају основе макроекономских кретања, узрочно-последничне релације између њих и импликације које имају на развој финансија и економских токова. Посебна пажња се посвећује изучавању актуелности у оквиру међународних финансија и свремених економских тенденција.
<b>Исход предмета</b> Студенти ће се на основу теоријског и приступног рада упознати са свим актуелним темама из области међународних финансија које ће поткрепити релевантним базама података.
<b>Садржај предмета</b> Програм предмета ће се реализовати кроз теоријску и практичну наставу. <i>Теоријска настава</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увод у међународне финансије</li> <li>2. Појам и структура платног биланса</li> <li>3. Политика прилагођавања платног биланса</li> <li>4. Глобална платнобилансна неравнотежа</li> <li>5. Стране директне инвестиције и транснационалне компаније</li> <li>6. Политика девизног курса</li> <li>7. Међународни монетарни систем – генеза развоја и значај међународних институција</li> <li>8. Европска монетарна унија</li> <li>9. Међународне финансијске и шпекулативне кризе</li> <li>10. Светска економска криза</li> </ol> <i>Практична настава</i> Вежбе на практичним примерима из области међународних финансија, презентације приступних радова, решавање студија случаја.
<b>Литература</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krugman, P, Obstfield, M. (2009), <i>Međunarodna ekonomija</i>, Datastatus.</li> <li>2. Miljković, D. (2009), <i>Međunarodne finansije</i>, Ekonomski fakultet, Beograd 2009.</li> <li>3. Pelević, B, Vučković, V. (2008), <i>Međunarodna ekonomija</i>, Ekonomski fakultet, Beograd.</li> </ol> Као и бројне публикације које излазе на годишњем нивоу (npr. Transition Report, World Economic Outlook, World Investment Report, itd.).

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, вежбе, освежавање градива (краћи репетиторијум), групни и индивидуални рад, дискусије на задате теме, консултације, разматрање конкретних проблема из области међународних финансија, презентације приступних радова.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
Два колоквијума	30+30	писмени испит	

Приступни рад и одбрана	<b>10</b>	усмени испит	<b>30</b>
----------------------------	-----------	--------------	-----------



Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>КВАЛИТЕТ У ЛОГИСТИЦИ</b>
Наставник: <b>Јован Тепић</b>
Статус предмета: <b>изборни, семестар 2</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета</b> Основни циљ предмета је да се студенти упознају са основним приступима, моделима и техникама управљања квалитетом и да стекну одговарајућа знања, неопходна за увођење, примену и развој система квалитета у логистици
<b>Исход предмета</b> Стицањем знања из логистике квалитета студенти ће бити оспособљени да практично користе и примењују различите приступе, моделе и методе управљања квалитетом у логистици. На основу стечених знања студент ће моћи да мери и прати квалитет логистичке услуге, дефинише, мери и прати кључне индикаторе перформанси квалитета у логистици и унапређује квалитет логистичких процеса.
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава:</i> Основни појмови и историјат развоја науке о логистици квалитета. Различита становишта у логистици квалитета. Мерење квалитета логистичке услуге. Дефинисање и мерење кључних индикатора перформанси квалитета – KPI у логистици квалитета. Balanced Scorecard (BSC) – примена у логистици квалитета. Benchmarking у логистици квалитета. Концепт шест сигма. Примена QFD методе у логистици квалитета. Менаџмент системом квалитета у логистици – QMS. Стандарди система квалитета. Процесни приступ управљања у логистици квалитета. Документа система логистике квалитета. Вредновање и провера система квалитета. TQM концепт и примена у логистици квалитета. Интегрисани системи управљања у логистици квалитета. <i>Практична настава</i> Израда семинарских и пројектних задатака на тему логистике квалитета. Посета привредних субјеката.
<b>Литература</b> 7. Kilibarda, M., Zečević, S: <i>Upravljanje kvalitetom u logistici</i> , Saobraćajni fakultet Univerziteta u Bogradu, Beograd, 2008. 8. Goldsby, T, Martichenko, R: <i>Lean SIX Sigma Logistic: Strategic Development to Operational Success</i> , J. Ross Publishing, Michigan City, Indiana, USA, 2005. 9. Zelenika, R.: <i>Logistički sustavi</i> , Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2005.

<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>	
<b>Методe извођења наставе</b> Предавања, презентације, семинарски и практични радови и њихове презентације, дискусије, консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>60</b>
практична настава	<b>0</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>20</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ</b>
Наставник: <b>Светлана Михаљ, Бранислав Радновић</b>
Статус предмета: <b>изборни , 2. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>

**Циљ предмета**  
 Да се студенти упознају са досадашњим степеном развоја туризма и да се преко индикаторе туристичког промета и туристичке потрошње сагледају односе и ефекте пословања у туризму као најзначајније услужне делатности.

**Исход предмета**  
 Разумевање достигнутог степена развоја делатности, која већ дуги низ године има конотацију "индустрије" и делатност која својим економским и другим ефектима карактерише 20 и 21 век.

**Садржај предмета**  
**Теоријска настава:**  
 Улога и значај туризма као савременог масовног феномена. Глобализација и утицај на туризам. Обим, динамика и структура туристичког промета и туристичке потрошње у међународним размерама као и у појединим туристичким регионима. Индикатори развоја туризма изабрани су на основу значајности туристичких дестинација и обухватају основне показатеље степена развоја и функционисања хотелијерског бизниса, ресторатера, организатора путовања и других субјеката туристичке понуде .Карактеристике савремене пословне политике код хотелијера, ресторатера и организатора путовања. Пословним повезивањем (хоризонтално, вертикално и конгломератско) Перспективе развоја туризма, стратешки правци и очекивани резултати политике пословања у хотелијерству, ресторатерству и код организатора путовања.  
**Практична настава**  
*Презентација семинарских радова, дискусија.*

**Литература:**  
 Чачић, К.; (2010): *Пословање хотелских предузећа*, друго измењено и допуњено издање, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд, - поједина поглавља  
 Спасић, В. (2009): *Менаџмент туристичких агенција и организатора путовања*, Пето измењено издање, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд – поједина поглавља  
 Reisinger, I. (2009): *International tourism, Cultures and Behavior*, Elsevier, Burlington, USA.- поједина поглавља

**Број часова активне наставе**                      **Теоријска настава: 2**                      **Практична настава: 2**

**Методe извођења наставе** укључују више облика рада: предавања, активно укључивање студената у дискусију са тенденцијом да изразе своја мишљења и ставове и по потреби их и одбране, израда семинарских радова и дискусија. (Интерактивна настава).

<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	-
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>20+20</b>	.....	
семинар-и –писмено/усмено	<b>5+5</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>РЕСУРСИ У СПОРТУ</b>
Наставник: <b>Фрања Ј. Фратрић</b>
Статус предмета: <b>изборни , 2. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета:</b> Наставни предмет Ресурси у спорту је методолошки и садржајно конципиран у складу са савременим друштвеним тенденцијама и наставно-програмским потребама студената, којим се упознају са основним карактеристикама појединих врста ресурса у спорту, као неопходне основе за рад и активност целокупног менаџмента у спортским организацијама. У разматрањима различитих питања и проблема спортског менаџмента посебно место заузимају питања прибављања и алокације неопходних ресурса, као и њихова употребна вредност у спортској активности.
<b>Исход предмета:</b> изучавања тематских целина наставног предмета као своје исходиште подразумевају реализацију циљева наставног предмета који се огледају у: схватању одређења појма ресурса у спорту; схватању и упознавању са основним категоријама ресурса у спорту и њиховом значају за реализацију предузетничких активности у спортској делатности; упознавању основних претпоставки процеса планирања и организовања рада код појединих категорија ресурса; схватању свих одредница везаних за фазе и поступке планирања ресурса у спорту; препознавању значаја свих функција менаџмента у односу на егзистенцијални обухват ресурса у спорту, посебно улоге управљања људским ресурсима и менаџмента спортских објеката.
<b>Садржај предмета:</b> <i>Теоријска настава</i> У оквиру наставног предмета биће обрађене следеће тематске целине: <b>Врсте и карактеристике ресурса у спорту; Ресурси као структурни елементи спортске организације; Функционални ресурси-</b> а)Људски ресурси (специфични ресурс-спортисти; људски ресурси-менаџери у спорту, стручни радници, волонтери у спорту; б) Менаџмент људских ресурса у спорту(планирање људских ресурса, регрутовање и селекција, радна оријентација, обука кадрова, развој људских ресурса); в) Управљање људским ресурсима (мотивација као фактор управљања); г) Физички ресурси; д) Спортски објекти као ресурси у спорту; њ) Опрема и реквизити у спорту; е) Значај планирања и изградње спортских објеката; <b>Новчани ресурси, Подаци као ресурси у спорту</b> <i>Практична настава</i> Рад у групама - излажу се семинарски радови или студије случајева из области спорта (корз сва структурална подручја), те се на конкретним примерима води дискусија о темама наставног програма.
<b>Литература:</b> 1. Фратрић, Ф. Нешић, М. : „Менаџмент организације и ресурса у спорту“ – у припреми за штампу. 2. Фратрић, Ф. Бјелица, Д.: Спортски тренинг. Факултет спорта и физичког васпитања, Никшић, 2011 3. Нешић, М.: ``Ресурси у спорту Логос, Бачка Паланка``, 2006; 4. Пржуљ, Ж.(2002): Менаџмент људских ресурса. Институт за развој малих и средњих предузећа, Београд 5. Раич, А., Максимовић, М.: ``Спортски менаџмент``, ФФК, Нови Сад, 2003;

**Број часова активне наставе**                      **Теоријска настава: 2**                      **Практична настава: 2**

**Методe извођења наставе** укључују више облика рада. Највећи део времена, представља излагање наставника о темама из наставног програма. Мањи део времена предвиђен је за ангажовање студената кроз укључивање у дискусију (интерактивна настава), као и анализа студија случаја искуственог карактера студената.

<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>30</b>
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>40</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Назив предмета: <b>БРЕНДИРАЊЕ</b>
Наставник: <b>Гргар Д. Диона, Светлана Ђ. Мухић</b>
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета:</b> Циљ предмета је упознавање студената са основама брендирања, као и самим значајем и улогом брендирања на савременом тржишту, специфичним активностима и алатима бренд менаџмента који треба да омогуће креирање јаких и успешних брендова у савременим условима пословања у којима је оријентација на потрошача једина пословна оријентација која је тржишно одржива.
<b>Исход предмета:</b> Разумевање значаја брендирања на савременом тржишту, специфичних активности и савремених алата бренд менаџмента, као и стратешког приступа брендирању који треба да доведе до стварања јаких и тржишно одрживих брендова кроз позиционирање бренда у свести потрошача и пословање које је оријентисано на потрошача и постизање вишег нивоа задовољства потрошача у односу на конкуренцију.
<b>Садржај предмета: Теоријска настава:</b> 1.Уводна разматрања улога и значај брендирања на савременом тржишту; 2.Основе концепта марке (бренда); 3.Понуда вредности и заштитни знак; 4.Савремени потрошач и одлучивање о избору и куповини одређеног бренда; 5.Стварање марке (бренда); 6.Оруђа за стварање идентитета марке (бренда); 7.Грађење јаких брендова; 8.Креирање вредности бренда; 9.Обликовање позиционирања бренда; 10.Комуницирање вредности; 11.Позиционирање бренда у свести потрошача; 12.Стратешки приступ брендирању; 13.Однос са конкуренцијом; 14.Тржишна вредност марке (бренда); 15.Процена ефективности марке(бренда).  <b>Практична настава :</b> <i>Студије случајева везане за брендирање, примену савремених алата бренд менаџмента у циљу стварања јаких брендова, примери успешне тржишне праксе.</i>
<b>Литература:</b> Основна: 1.Вељковић др Саша, <i>Бренд менаџмент</i> , Економски факултет Универзитета у Београду, Београд, 2010. Допунска: 1.Котлер Филип, Келер Кевин, <i>Маркетинг менаџмент</i> , Дата Статус, Београд, 2006. 2. Котлер Филип, <i>Како креирати, овладати и доминирати тржиштем</i> , Asee , Нови Сад, 2007.; 3. Гргар др Диона, <i>Како постати конкурентан?</i> , Задужбина Андрејевић, Београд, 2011.; 4. Gobe Mark, <i>Емоционално брендирање</i> , Mass Media International, Београд, 2006.; 5. Lindstrom Martin, <i>Brand sense: Грађење моћних брендова помоћу чула додира, укуса, мириса, вида и слуха</i> , Mass Media International, Београд, 2007.

Број часова активне наставе

Теоријска настава: 2

Практична настава: 2

<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, вежбе, консултације, case study методологија, семинарски радови.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>5</b>	Писмени испит	<b>30</b>
практична настава	<b>5</b>	Усмени испит	
колоквијум-и	<b>2x20</b>		
семинар-и	<b>20</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>			
Назив предмета: <b>УСЛУГЕ У ОСИГУРАЊУ</b>			
Наставник: <b>Милорадић Ж. Јова</b>			
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>			
Број ЕСПБ: <b>6</b>			
Услов: <b>нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Изучавање овог предмета омогућава студентима да овладају основним појмовима из области истраживања тржишта и продаје услуга осигурања. Суштина предмета је оспособљавање студената на истраживању комплексне материје тржишта осигурања и на основу тих сазнања продаја полиса осигурања и повећање профитабилности осигуравајућих компанија.			
<b>Исход предмета</b>			
Студент стиче додатна теоретска и практична знања из области осигурања. Студент стиче актуелна сазнања на подручју светског и домаћег тржишта осигурања. Студен влада широм и комплекснијом појмовном терминологијом из осигуравајуће делатности.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. савремена схватања маркетинга у осигурању</li> <li>2. стање на светском тржишту осигурања и стање на тржишту осигурања у Србији</li> <li>3. глобализација финансијских тржишта осигурања</li> <li>4. модели остваривања тржишних могућности у осигурању</li> <li>5. методи и канали дистрибуције услуга осигурања</li> <li>6. кориснички центри, електронски и остали канали продаје услуга осигурања</li> <li>7. понуда и тражња услуга осигурања</li> <li>8. агенције за послове пружања услуга у осигурању</li> </ol>			
<b>Литература</b>			
Јова Милорадић, Економика осигурања, Београд 2010			
Јова Милорадић, Осигурање, Београд, 2006.			
Јова Милорадић, Драган Мркшић, Небојша Жарковић, Увод у осигурање и Животна осигурања, Нови Сад 2006.			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>
<b>Методe извођења наставе</b>			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	
практична настава		усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>50</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>			
Назив предмета: <b>МОДЕЛИРАЊЕ ПРОЦЕСА ЛОГИСТИЧКИХ СИСТЕМА</b>			
Наставник: <b>Гордан Стојић, Илија Танацков</b>			
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>			
Број ЕСПБ: <b>6</b>			
Услов: <b>нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Циљ предмета је унапређење знања студента у вези постављања математичких модела процеса у логистичким системима, методама њиховог решавања и могућностима примене.			
<b>Исход предмета</b>			
СТИЦАЊЕМ ЗНАЊА ИЗ МОДЕЛИРАЊА ПРОЦЕСА ЛОГИСТИЧКИХ СИСТЕМА СТУДЕНТИ ЋЕ ПОСЕДОВАТИ НЕОПХОДНЕ ВЕШТИНЕ ЗА ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈУ ЛОГИСТИЧКИХ СИСТЕМА, МОДЕЛОВАЊЕ ПРОЦЕСА ДЕКОМПОНОВАНИХ И ИНТЕГРИСАНИХ ЛОГИСТИЧКИХ СИСТЕМА, КАО И ВЕШТИНУ ЗА КВАНТИТАТИВНУ АНАЛИЗУ ИНТЕР-РЕАКТИВНИХ ОДНОСА КОМПОНЕНТИ ЛОГИСТИЧКИХ СИСТЕМА.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава:</i>			
Детерминистичке, стохастичке и хеуристичке методе и технике. Процеси рађања и умирања, марковски и немарковски системи, редови чекања, теорија поузданости, вештачка интелигенција, хибридни модели. Примена техника и метода моделирања процеса: планирања понуде и тражње, транспорта, складиштења, управљања материјалима, дефинисања логистичких мрежа, процена логистичких трошкова.			
<i>Практична настава</i>			
Израда семинарских и пројектних задатака на тему моделирања процеса логистичких система.			
<b>Литература</b>			
1. Teodorović, D.: <i>Swarm intelligence systems for transportation engineering: Principles and applications</i> , Transportation Research Part C: Emerging Technologies, Volume 16, Issue 6, pp. 651-667, 2008.			
2. Вукадиновић, С.: <i>Масовно опслуживање</i> , научна књига, Београд, 1988.			
3. Russell, S., Norvig, P.: <i>Artificial Intelligence: A Modern Approach (3rd Edition)</i> , Prentice Hall Series in Artificial Intelligence, Pearson Education, Inc., New Jersey, 2009			
4. Tanackov, I., Simić, D., Martinov-Mihaljev, J., Stojić, G., Sremac, S.: <i>The Spatial Pheromone Signal for Ant Colony Optimisation</i> , Lecture Notes in Computer Science/Lecture Notes in Artificial Intelligence, Springer Berlin/Heidelberg, Vol. 5788, pp. 400-407, September 2009.			
5. Čičak, M.: <i>Modeliranje u železničkom saobraćaju</i> , Saobraćajni fakultet Univerziteta u Beograd i ŽELNID, Beograd, 2003.			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>
<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, презентације, семинарски и практични радови и њихове презентације, дискусије, консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	Завршни испит	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	<b>60</b>
практична настава	<b>0</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>20</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>			
Назив предмета: <b>ТУРИСТИЧКА ПОЛИТИКА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ</b>			
Наставник: <b>Бела Б. Мухи</b>			
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>			
Број ЕСПБ: <b>6</b>			
Услов: <b>нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
<p>Европа је са становишта учешћа у туристичком промету и потрошњи већ деценијама најзначајније туристичко подручје света. Свакако у овим релацијама, најзначајније је подручје Европске уније где се налазе најразвијеније иницијативне и рецептивне туристичке земље. Значајна пажња у ЕУ се посвећује развоју појединих инструмената и мера које треба да омогуће складан и континуиран развој туризма. Путем разних институција и фондова Европска унија помаже и директно учествује кроз разне форме у развоју туризма. Сходно томе циљ овог предмета је да студенти упознају туристичку политику Европске уније са посебним освртом на сагледавање односа и утицаја на туризам Србије, као и заједничке туристичке активности на нивоу ЕУ и стимулативне мере Европске уније за развој туризма.</p>			
<b>Исход предмета</b>			
Студенти ће бити упознати са институцијама и фондовима Европске уније као и са туристичком политиком на нивоу ЕУ.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава:</i>			
Изучавају се изазови и смернице Европског туризма, стање и развој туризма у Европи, анализира систем подршке Европске уније у стимулисању развоја туризма, фондови ЕУ, мере усмерене на хармонизацију туристичког сектора ЕУ, карактеристике и трендови на туристичком тржишту ЕУ.			
<i>Практична настава:</i>			
Рад у групама (излажу се семинарски радови или студије случајева), те се на конкретним примерима води дискусија о темама наставног програма			
<b>Литература:</b>			
1. Hall D. R., Smith M. K., Marcisz B. (2006): Tourism in the new Europe: the challenges and opportunities of EU enlargement, Cabi publishing, Cambridge			
2. Raikov J. (2007): The EU funds in the development of tourism and the sheme of financial control, Tourism in the new millenium – Collected papers			
3. Мухи Б. (2012): Туристичка политика Европске уније, скрипта (у припреми)			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>
<b>Методe извођења наставе</b>			
Предавања, вежбе, активно укључивање студената у дискусију (интерактивна настава), израда семинарских радова, студије случајева (case study), посета туристичким и другим предузећима			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	-
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>20+20</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		

Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>			
Назив предмета: <b>УПРАВЉАЊЕ ПРОМЕНАМА У СПОРТУ</b>			
Наставник: <b>Фрања Ј. Фратрић</b>			
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>			
Број ЕСПБ: <b>6</b>			
Услов:			
<p><b>Циљ предмета:</b> Предмет је конципиран да пружи све неопходне информације ради схватања и проучавања суштине актуелних промена у спортској делатности, њихове неопходности и развојних тенденција у будућности, као и основних техника којима се усклађују активности организације у преобликовању њеног пословном амбијента. Посебно се ово односи на подручје такмичарског спорта и "спорта за све". Такође, савремене тенденције развоја спорта неопходно се наслањају на развојне пројекте ширег окружења, пре свега ЕУ. С тога је неопходно да се стратегије развоја спорта код нас, његова трансформација и хватање "корака" са светским токовима компатибилно дефинишу у складу са пројектима ЕУ. Упознавање са елементима и захтевима европског спорта је неопходан фактор за примену свих менаџментских принципа и у нашем спорту.</p>			
<p><b>Исход предмета:</b> изучавања тематских целина <b>наставног предмета као своје исходиште</b> подразумевају следеће: овладавање појмовним и оперативним садржајима савремених техника и метода у вези са управљањем у спортским организацијама којима се облукују развојне промене, а које су тесно повезане са одрживим развојем, као континуираним процесом јер савремени спортски менаџмент треба да има активан однос према овим тенденцијама; оспособљеност за праћење стручне и научне литературе из ове области, оспособљеност за активан рад у креирању развојних програма спорта у свим његовим појавним облицима (такмичарски, рекреативни, школски).</p>			
<p><b>Садржај предмета – 1. Теоријска настава</b> - У оквиру наставног предмета биће обрађене следеће тематске целине: Политика спорта и промене у окружењу спортских организација; Спорт у ЕУ (<i>Документи ЕУ о спорту. Спорт у локалним заједницама. Европска спортска повеља</i>); Успостављање новог типа спортских организација; Спортска организација и слобода стваралаштва; Систем одлучивања у спорту и предвиђање квалитета одлука; Ефикасност и ефективност у савременом спорту; Нови стилови управљања у спорту; Надлежност, овлашћења, утицај и моћ у управљању; Проблеми комуникације у спорту; Управљачка етика у спорту; Тенденције савременог образовања у спорту; Управљање променама у спорту (<i>Разумевање процеса промена у спорту. Планирање промена. Управљање знањем у спорту.</i>)</p> <p><b>2. Практична настава</b> - Рад у групама - излажу се семинарски радови или студије случајева из спорта и рекреације, те се на конкретним примерима води дискусија о темама наставног програма; Истраживачки рад у одабраном тематском подручју.</p>			
<p><b>Литература:</b>  <b>Обавезна литература:</b>  Адижес, И: Управљање променама, ИКА „Промотеј“ Нови сад, 1979  Фратрић, Ф: Теорија и методика спортског тренинга, Покрајински завод за спорт, Нови Сад, 2006  Фратрић, Ф., Горановић, К. Управљање променама у спорту – књига у припреми  Нешић, М: <i>Менаџмент спортских догађаја</i>, Логос, Б. Паланка, 2007.  <b>Допунска литература</b>  Нешић, М: <i>Ресурси у спорту</i>, Логос, Б. Паланка, 2006.  Томић М: <i>Маркетинг у спорту – тржиште и спортски производ</i>, Астимбо, Београд, 2001.</p>			
<b>Број часова активне наставе</b>		<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>
<p><b>Методe извођења наставе</b> укључују више облика рада:излагање наставника,ангажовање студената кроз укључивање у дискусију са тенденцијом да изразе своја мишљења и ставове и по потреби их и одбране (интерактивна настава), као и рад на истраживању (опсервација студије случаја, теренска истраживања кроз одабрана проблемска питања, и сл.) те уобличавање кроз писане материјале (семинарски радови, прегледни чланци и електронске презентације).</p>			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>20</b>	писмени испит	<b>51</b>
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>5</b>		
семинар-и	<b>14</b>		



Студијски програм: <b>ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>
Назив предмета: <b>МЕЂУНАРОДНИ МАРКЕТИНГ</b>
Наставник: <b>Михић, Ђ. Светлана, Бранислав Радновић</b>
Статус предмета: <b>изборни, 2. семестар</b>
Број ЕСПБ: <b>6</b>
Услов: <b>нема</b>
<b>Циљ предмета:</b> Основни циљ овог предмета је да се студенти упознају са категоријалном апаратуром међународног маркетинга и разумеју важност примене савремене концепције у пословној политици, без чије примене тешко да се може очекивати успех на међународном тржишту
<b>Исход предмета:</b> Студенти ће бити упознати са категоријалном апаратуром научне дисциплине Међународног маркетинга ради успешног управљања пословним активностима на свим управљачким нивоима у савременом бизнису
<b>Садржај предмета:</b> <i>Теоријска настава:</i> Полази се од теоријско-методолошких поставки изучавања међународног маркетинга, детаљно образлажу карактеристике међународног тржишта тј. његове потражње и понуде и њиховог међудејства и са тим особинама повезана примена маркетинга, разрађује значај маркетинг информационог система и примена савремене информационе технологије код различитих мултинационалних субјеката. Детаљно се, такође, обрађују инструменти маркетинг микса у пословној политици, затим планирање различитих активности у пословању, као и примена различитих стратегијских алтернатива, а фокусирају се и различита питања примене интегралног маркетинга у међународном пословању. На крају су обрађене релевантне промене у будућем развоју међународног тржишта и њихов утицај на маркетинг. Практична искуства дата су на примерима развијених мултинационалних предузећа са дугогодишњим искуством рада на међународном тржишту.  <i>Практична настава:</i> Рад у групама – излажу се семинарски радови или студије случајева из области међународног маркетинга, те се на конкретним примерима води дискусија о темама наставног програма.
<b>Литература:</b> 1. Б. Ракета, Међународни маркетинг, Економски факултет, Београд, 2010. 2. Ф. Котлер, К. Келер, Управљање маркетингом, Мате, Загреб, 2011. 3. Ф. Котлер, Џ. Бовен, Џ. Мекенс, Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму, Мате, Загреб 2012. 4. N.K. Malhotra, D.F. Birks, Marketing Research: An Applied Approach, 2012. 5. G. Hooley, J. Sounders, N.F. Piercy, Marketing Strategy and Competitive Positioning, 2012. 6. Ph. Kotler, K. Keller, Marketing Management, 13th Edition, 2011.

**Број часова активне наставе      Теоријска настава: 2      Практична настава: 2**

<b>Методе извођења наставе</b>			
Предавања, вежбе, консултације, case study методологија, семинарски радови.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	<b>10</b>	Писмени испит	
практична настава	<b>10</b>	Усмени испит	<b>30</b>
колоквијум-и	<b>20+20</b>		
семинар-и	<b>10</b>		

<b>Студијски програм: ПОСЛОВНА ЕКОНОМИЈА</b>	
<b>МАСТЕР РАД</b>	
<b>Број ЕСПБ: 10</b>	
<b>Услов: нема</b>	
<b>Циљеви завршног рада:</b> Израдом и одбраном мастер рада студент доказује да је стекао компетенције потребне за самосталан истраживачки и практичан рад у одређеној научној или стручној области/дисциплини.	
<b>Очекивани исходи:</b> Завршним мастер радом студент интегрише и примењује стечена знања у решавању конкретних проблема унутар образовно-научног поља студијског програма кога студент похађа. Истовремено, студент овим радом показује да је у стању да изложи материју и кључне закључке стручној и широј јавности.	
<b>Општи садржаји:</b> Мастер рад представља самосталну, стручну, писмену обраду одређене теме применом научно-истраживачких метода. Студент може да пријави тему мастер рада након што положи све наставним планом предвиђене испите, на прописаном формулару. Консултације у вези теме и структуре мастер рада студент обавља са изабраним ментором. Након што Научно-наставно веће формира комисију за оцену подобности теме и кандидата, усвоји позитиван извештај комисије и одреди ментора, студент може да пријави одбрану мастер рада. Када Научно-наставно веће усвоји позитиван извештај комисије за оцену и одбрану мастер рада, студент може, по протеку рока за увид јавности (15 дана), да приступи одбрани мастер рада. Када одбрани мастер рад студент стиче звање „мастер економиста“, право на диплому и додатак дипломе (диплома додатка).	
<b>Методе извођења:</b> Студент и наставник (ментор) се договарају око теме мастер рада. Током израде рада ментор даје сугестије студенту и указује на недостатке уколико их има. Мастер рад садржи: садржај рада, увод, разраду, закључак, литературу и анекс; на минимално 80, а максимално 120 страница. Приликом израде мастер рада студенти користе адекватан методолошки инструментаријум (метод анализе, синтезе, методу дедукције, индукције, компаративне и квантитативне методе итд.). По испуњењу услова, студент предаје 5 примерака мастер рада, укорићеног, са стандардним проредом, маргинама и другим техничким карактеристикама у складу са општим актима Факултета. Материја се излаже кохерентно, тако да се тема изложи свеобухватно и одговори на отворена питања, уз одговарајуће коришћење литературе. Од кандидата се очекује да литературу користи адекватно, уз стално одређивање према изнетим наводима из литературе. Мастер рад мора садржати аргументе кандидата којима се потврђују одговарајући ставови, а да се при томе користи одговарајућа методологија.	
<b>Оцењивање завршног мастер рада</b>	
<b>Одбрана</b>	<b>40</b>
<b>Израда</b>	<b>60</b>
<b>Укупно</b>	<b>100 поена</b>