

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Методологија научно-истраживачког рада  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Јешић Јелена, Тадић Јелена  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, први семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 8  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                             |       |
| СТИЦАЊЕ ЗНАЊА О МЕТОДОЛОГИЈИ НАУЧНО-ИСТРАЖИВАЧКЕ АКТИВНОСТИ И ПРИМЕНИ НАУЧНИХ МЕТОДА И ТЕХНИКА У ИСТРАЖИВАЧКОЈ И ОПЕРАТИВНОЈ ПРАКСИ, РАДИ НАУЧНО ФУНДИРАНЕ И ПРАВИЛНЕ ПОСТАВКЕ У ПРОЈЕКТОВАЊУ, ОРГАНИЗОВАЊУ И РЕАЛИЗОВАЊУ ИСТРАЖИВАЊА И ПРИ ИЗРАДИ СТРУЧНИХ И НАУЧНИХ САОПШТЕЊА.   |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b>  |                             |                             |       |
| УПОЗНАВАЊЕ СА НАУЧНОМ ИЗГРАЂЕНОШЋУ НАУКА, ЊЕНИМ КОНСТИТУЕНСИМА И НАУЧНИМ ДИСЦИПЛИНАМА. УСВАЈАЊЕ ЗНАЊА У ПРИМЕНИ НАУЧНИХ МЕТОДА, ПОСТУПАКА И ТЕХНИКА, КАО И У ИЗРАДИ ОДГОВАРАЈУЋИХ ИНСТРУМЕНАТА.  |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b>  |                             |                             |       |
| <i>Теоријска настава</i>   |                             |                             |       |
| Предавања: Увод у предмет; Наука и научно сазнање; Методологија друштвених наука ; Филозофске методе; Опште, посебне и појединачне научне методе; Истраживачки поступак; Организовање и реализовање истраживања; Израда научних и стручних саопштења; Обрада емпиријских података, експеримент у друштвеним наукама (контролисани насумични опити), предвиђања и верификација појава; Методе решавања оперативних проблема; Особине функција и услови првог и другог реда; Употреба извода и интеграла као методолошки приступ; Калибрација као научно-истраживачки метод; Методолошки приступ неизвесности; Основе динамичког програмирања. |                             |                             |       |
| <i>Практична настава</i>   |                             |                             |       |
| Вежбе: Формулација проблема истраживања; Разрада предмета истраживања; Разрада циљева и хипотеза; Разрада начина, оправданости и планова истраживања; разрада оперативних метода   |                             |                             |       |
| Семинари: Сазнања из логике; Филозофске методе; Опште научне методе; Посебне научне методе; Појединачне научне методе; Методе решавања оперативних проблема; Истраживачки поступак.  |                             |                             |       |
| <b>Литература</b>  |                             |                             |       |
| 1. Мејовшек, М.: Методе знаственог истраживања, Наклада СЈАП, Загреб, 2008.  |                             |                             |       |
| 2. Марковић, М.: Филозофски основи науке, ШИРО "Србија", Београд, 1981.  |                             |                             |       |
| 3. Зајечарановић, Г.: Основи методологије науке, Научна књига, Београд, 1977.  |                             |                             |       |
| 4. Лекић: Методологија педагошких истраживања и стваралаштва, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1979.  |                             |                             |       |
| 5. Милић, В.: Социолошки метод, Нолит, Београд, 1965.  |                             |                             |       |
| 6. Пејановић, Радован, Вујић, Видоје, Методологија економских истраживања и дизајнирање радова на академским студијама, Академска књига, Нови Сад, 2016.   |                             |                             |       |
| 7. Пејановић, Радован: Увод у методологију економских наука, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, 2010.   |                             |                             |       |
| 8. Leedy, D. Paul, Ormrod, Ellis Jaeanne, Practical research – planning and design, Pearson Education Limited, 2015  |                             |                             |       |
| 9. Dixit, A. Optimization in Economic Theory, Oxford University Press, 1990  |                             |                             |       |
| 10. Sudsaeter, K., Hammond, P., Essential Mathematics for Economic Analysis, FT-Prentice Hall, 2002.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 2</b> |       |
| <b>Методе извођења наставе</b>   |                             |                             |       |
| Настава се одвија кроз предавања и вежбе. Вежбе су аудиторне и на њима се решавају задаци из појединих поглавља, пружају додатна објашњења и на примерима разрађују поједине области из теоријске наставе. Током реализације предмета студент је обавезан да изради пројекат истраживања. Провера знања се одвија кроз два колоквијума. Услов за завршни испит је да студент положи оба колоквијума и успешно уради пројекат истраживања. Завршни испит се састоји од усменог испита.  |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   |                             | писмени испит               |       |
| практична настава  |                             | усмени испит                | 30    |
| колоквијум-и   | 50                          | .....                       |       |
| пројекат истраживања   | 20                          |                             |       |

|  |                             |                      |                             |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                      |                             |
| <b>Назив предмета:</b> Иновације и управљање променама   |                             |                      |                             |
| <b>Наставник/наставници:</b> Пенезић Ненад, Јешић Јелена   |                             |                      |                             |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, први семестар  |                             |                      |                             |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 8  |                             |                      |                             |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                      |                             |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                      |                             |
| Циљ наставног предмета јесте стицање теоријских знања за разумевање иновација и иновационих активности (пројеката), као и практичних знања и вештина за управљање иновацијама на оперативном и стратегијском нивоу. Истовремено, циљ предмета је и да код студената развије знања неопходна за управљање иновационим пројектима, пре свега, кроз способности: анализе и класификације иновационих пројеката, дефинисања циља, процене неопходних ресурса, као и ризика у реализацији оваквих пројеката.  |                             |                      |                             |
| <b>Исход предмета</b>  |                             |                      |                             |
| Студенти ће бити оспособљени да идентификују улогу иновација у савременим привредним организацијама и иновационе пројекте као специфичне категорије развојних пројеката, као и обучени да примењују методе, моделе и технике подршке управљања иновационим пројектима, укључујући и алате и технике креативног мишљења и решавања комплексних проблема.  |                             |                      |                             |
| <b>Садржај предмета</b>  |                             |                      |                             |
| <i>Теоријска настава</i>   |                             |                      |                             |
| Теорија иновација. Типологија иновација. Иновација и промене. Иновација као менаџмент и инжењерски процес. Иновације и предузетништво. Иновације и развој производа, услуга, процеса, технологије, организације, маркетинга. Иновација пословног модела. Иновативна организација ( типови, карактеристике, организациона структура, организациона култура). Основи управљања иновационим пројектима. Ризик и мрежа улога у иновационом процесу. Менаџмент идеја (креативност, генерисање идеја, извори идеја, управљање, евалуација). Модел иновационих процеса од идеје до реализације. Иновациони системи. Национални иновациони систем. Иновациона инфраструктура (иновациони центри, пословни инкубатори, кластери). Мерење иновативности. Иновациона политика ЕУ и СИС методологија. Интелектуална својина у управљању иновацијама. |                             |                      |                             |
| <i>Практична настава</i>   |                             |                      |                             |
| Методи подршке менаџменту иновација. Анализа и примена креативних метода идеације – генерисање идеја, предвиђање, евалуација и категоризација иновационих пројеката. Практичне вежбе. Студије случаја.   |                             |                      |                             |
| <b>Литература</b>  |                             |                      |                             |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Drucker, P. (1991): Inovacije i Preduzetništvo: praksa i principi. Drugo izdanje. Beograd: Grmeč.</li> <li>2. Stošić, B., (2013): Menadžment inovacija – inovacioni projekti, modeli i metodi, Beograd: FON</li> <li>3. Leal Jamil, G. (2018): Strategic Innovation Management for Improved Competitive Advantage: Hershey, Pennsylvania, USA: IGI Global</li> </ol>   |                             |                      |                             |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 2</b> |                      | <b>Практична настава: 2</b> |
| <b>Методe извођења наставе</b>   |                             |                      |                             |
| Предавања, вежбе, ППТ презентације, презентације семинарских радова, групне дискусије, презентације и анализе одабраних студија случаја.   |                             |                      |                             |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                      |                             |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b> | поена                       |
| активност у току предавања   |                             | писмени испит        |                             |
| практична настава  | 10                          | усмени испит         | 40                          |
| колоквијум-и   | 40                          | .....                |                             |
| семинар-и  | 10                          |                      |                             |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....   |                             |                      |                             |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата  |                             |                      |                             |

|   |                             |                             |       |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>   |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Основи економетрије  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Молнар Тамаш   |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, први семестар   |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 8   |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема  |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b>   |                             |                             |       |
| Овладавање статистичко-економетријским апараторијумом ради тестирања хипотеза, предвиђања економских догађаја и емпиријске подршке економском одлучивању.   |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b>   |                             |                             |       |
| Студенти ће бити оспособљени да правилно одаберу методе оцењивања, коректно употребе економетријске моделе на конкретне економско-пословне проблеме у стварности и савладају основе економетријског софтвера који ће користити на вежбама у те сврхе.   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b>   |                             |                             |       |
| Основне поставке економетријског истраживања; Подсетник из линеарне регресије и корелационе анализе; Базични методи оцењивања и тестирања, под претпоставкама класичног линеарног регресионог модела; Интерпретација и упоређивање (не)линеарних регресионих модела – проблеми у оцењивању и закључивању, проблеми са мултиколинearношћу, хетероскедастичношћу и аутокорелацијом; Грешке у спецификацији насупрот грешкама у мерењу; Регресије са (не)зависним псевдоваријаблама; Динамичко моделирање: ауторегресиони и модели дистрибуиране доцње; Феномен узрочности у економетрији; Модел симултаних једначина; Увод у економетрију временских серија: стационарност, јединични коренови и коинтеграција. |                             |                             |       |
| <b>Литература</b>   |                             |                             |       |
| Основна литература: Verbeek, M., "A Guide to Modern Econometrics", друго издање и скорија, 2004. и каснија  |                             |                             |       |
| Додатна литература:   |                             |                             |       |
| Gujarati, D., "Basic Econometrics", треће издање и скорија, 1996. и каснија   |                             |                             |       |
| Greene, W. "Econometric Analysis", пето издање и скорија, 2002. и каснија   |                             |                             |       |
| Младеновић, З. и Петровић, П., "Увод у економетрију", седмо издање, 2017.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>  | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 2</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b>  |                             |                             |       |
| Класична предавања и вежбе у рачунарском центру уз употребу софтвера за економетријско моделирање   |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања  | 10                          | писмени испит               | 30    |
| практична настава   |                             | усмени испт                 |       |
| колоквијум-и  | 50                          | .....                       |       |
| Домаћи задаци   | 10                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....   |                             |                             |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |                             |                             |       |

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Теорија одлучивања  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Јешић Јелена, Тадић Јелена  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, први семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 6  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b><br>Моделовање стања пословног система и примена репрезентативне класе модела и метода одлучивања у условима извесности, ризика и неизвесности. Рад са методама и моделима индивидуалног и групног вишекритеријумског одлучивања, у циљу проналажења најприхватљивије алтернативе, као пословне одлуке и стратегије.  |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b><br>СТИЦАЊЕ ЗНАЊА ИЗ ОБЛАСТИ ПОСЛОВНОГ ОДЛУЧИВАЊА, ФОРМАЛНИХ МОДЕЛИ ОДЛУЧИВАЊА, МЕТОДА, ТЕХНИКА, ПРАВИЛА И ВЕШТИНА, У ЦИЉУ ДОНОШЕЊА АДЕКВАТНЕ ПОСЛОВНЕ ОДЛУКЕ РАДИ ПОСТИЗАЊА ДЕФИНИСАНОГ ЦИЉА.  |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>1. Основе теорије одлучивања. 2. Одлучивање при извесности и ризику. 3. Анализа одлучивања. 4. Анализа одлучивања са узорковањем. 5. Анализа ризика. 6. Дрво одлучивања и секвенцијално одлучивање. 7. Теорија корисности. 8. Вишеатрибутивна (ВА) корисност. 9.Fuzzy системи. 10.Груби скупови.11. Вишекритеријумско одлучивање. 12. Вишекритеријумска анализа. 13. Групно одлучивање. 14. Пословно преговарање. 15.Одабрана (специјална) поглавља из теорија одлучивања.<br><i>Практична настава</i><br>Методе вишеатрибутивног одлучивања. Вежбе понављања. Методе ЈДР и ИКОР. Методе АНР. Вежбе понављања 2. Метода Promethee. Метода Electre. Вежбе понављања 3. Методе вишециљног одлучивања. Методе групног одлучивања. Модели групног одлучивања. Вежбе понављања. Циљно линеарно програмирање, метода STEM. Метода ID3 и њена примена у одлучивању. Вежбе понављања. |                             |                             |       |
| <b>Литература</b><br>1. Група аутора:Теорија одлучивања - скрипта, Факултет организационих наука, Београд, 2015.<br>2. Чупић М., Сукновић М.: Одлучивање, ФОН, Београд, 2008.<br>3. Чупић, М.,Тумала, В.М.: Савремено одлучивање, метода и примена, ФОН, Београд,1997.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 4</b> |       |
| <b>Методе извођења наставе</b><br>Класична предавања и вежбе. Студије случајева. Вежбе понављања у малим групама.  |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   |                             | писмени испит               |       |
| практична настава  | 10                          | усмени испит                | 40    |
| колоквијум-и   | 50                          | .....                       |       |
| 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 2 странице А4 формата  |                             |                             |       |

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Финансијска тржишта и банкарство  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Андрејевић Панић Андреа, Анђелић Горан  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 4  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b><br>Стицање знања из области финансијских тржишта, начина њиховог функционисања, учесника на финансијским тржиштима, врстама финансијских инструмената, са посебним фокусом на банке и банкарско пословање као значајне финансијске институције.  |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b><br>Након одслушаног курса кандидати ће располагати знањима о финансијским тржиштима, како она функционишу, ко су учесници на њима и којим се финансијским инструментима на њима тргује, а све са циљем коришћења стечених знања из ове области у професионалном раду, као и у даљем стручном усавршавању. Такође, кандидати ће стећи знања (академска и практична) о томе шта су банке, њиховој организацији, врстама, пословима, као и технологији пословања.   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b><br>Појам финансијског тржишта, врсте финансијског тржишта, новчано тржиште, тржиште капитала, девизно тржиште, есконтно тржиште, репо тржиште, инструменти финансијског тржишта, механизми функционисања финансијског тржишта, институције и учесници на финансијском тржишту, етика на финансијском тржишту, појам и врсте банке, организација банке, банкарски послови, Централна банка, депозитни и кредитни потенцијал банака, капитал банака, управљање активом и пасивом банака, међународно банкарство. |                             |                             |       |
| <b>Литература</b><br>1. Анђелић Горан, Ђаковић Владимир, „Основе инвестиционог менаџмента“, Факултет техничких наука, Нови Сад, 2017.<br>2. Војин Бјелица, „Банкарство, теорија и пракса“, 2001.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 1</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b><br>Усмeна предавања и вежбе, консултације, израда студија случаја и семинарских радова.   |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   | 10                          | писмени испит               |       |
| практична настава  | 10                          | усмени испит                | 30    |
| колоквијум-и   | 30                          | .....                       |       |
| семинар-и  | 20                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....   |                             |                             |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата  |                             |                             |       |

|   |                             |                             |       |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - MAC</b>   |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Управљање пословним операцијама  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Михајловић Милан   |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар   |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 4   |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема  |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b><br>Осигурати студентима способност квалитетне анализе природе и улоге управљања пословним операцијама и могућност разумевања значаја дизајнирања процеса, производа и мрежа снабдевања, као и алокацију ресурса и радних потенцијала организације. Додатни циљ овог предмета је објаснити улогу и значај планирања капацитета, залиха, ресурса, пословних мрежа и квалитета, те упознати студенте са значајем и улогом континуираног унапређења управљања пословним операцијама са циљем јачања конкурентских способности организације уз разумевање изазова управљања пословним операцијама у будућности.                                |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b><br>Савладавањем овог предмета студенти ће бити у могућности да: схвате теоријске основе управљања пословним операцијама; разумеју значај управљања пословним операцијама у предузећу и утицај на конкурентност предузећа; развију способност аналитичког размишљања о важности сваког сегмента у управљању пословним операцијама и њиховом утицају на укупне перформансе предузећа;   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>Историјски контекст развоја управљања пословним операцијама; Дефиниција циљеви и значај управљања пословним операцијама; Стратегија и операционализација стратегије; Управљање пословним процесима; Управљање квалитетом; Управљање ланцима снабдевања; Алати и технике управљања пословним операцијама; Планирање ресурса предузећа (ЕРП); Дизајнирање layout-а и тока операција; Дизајнирање радних места и организације рада, Управљање залихама; Пројектни менаџмент; Мерење перформанси пословних операција; Унапређење перформанси пословних операција; Изазови управљања пословним операцијама. |                             |                             |       |
| <b>Литература</b><br>Обавезна литература:<br>Михајловић М., Управљање пословним операцијама (у припреми)<br><br>Додатна:<br>Reid D., Sanders N., Operations Management: An Integrated Approach, 5th Edition, Wiley, 2012<br>Slack, Chambers & Johnston: Operations Management, 5/E, Prentice Hall, 2007<br>Helzer & Render: Principles of Operations Management, 8/E, 2010, Prentice Hall   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>  | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 1</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b><br>Излагање наставника, интерактивна настава, семинарска настава (излагање приступних радова), израда презентација, анализа имплементације управљања пословним операцијама у пракси.   |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања  | 20                          | писмени испит               |       |
| практична настава   |                             | усмени испит                | 40    |
| колоквијум-и  | 30                          | .....                       |       |
| семинар-и   | 10                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....  |                             |                             |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |                             |                             |       |

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Маркетинг истраживање   |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Радновић Бранислав  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 4  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <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. Радновић, Бранислав, Маркетинг истраживање, Факултет пословне економије, Универзитет Едуконс, 2014.<br>2. Салаи, Сузана, Божидаревић, Десанка, Маркетинг истраживања – информациона основа маркетинг менаџмента, Савремена администрација, Београд, 2001.<br>3. Malhotra, K. Naresh, Birks, F. David, Marketing Research – An Applied Approach, FT Prentice Hall, 2006.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 1</b> |       |
| <b>Методе 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>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   | 5                           | писмени испит               | 25    |
| практична настава  | 10                          | усмени испит                | 10    |
| колоквијум-и   | 45                          | .....                       |       |
| семинар-и  | 5                           |                             |       |

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Међународне финансије   |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Маловић Марко, Андрејевић Панић Андреа  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 7  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                             |       |
| Циљ предмета је упознавање студената са светом међународних финансија, а нарочито са савременом теоријом и праксом међународног пословног финансирања.   |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b>  |                             |                             |       |
| Способност студената да – у потрази за корпоративним оптимумом- самостално вагају између различитих облика, извора и инструмената међународног пословног финансирања, те да успешно управљају међународним финансијским ризицима са којима се сусрећу у глобалној пословној арени.   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b>  |                             |                             |       |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Међународне финансије и изазови глобалног окружења</li> <li>2. Валутни ризик, девизно тржиште и политика курса</li> <li>3. Управљање различитим аспектима валутног ризика</li> <li>4. Међународно финансирање из официјелних извора</li> <li>5. Трајније инофинансирање из приватних извора</li> <li>6. Краткорочно инофинасирање из приватних извора</li> <li>7. Међународно финансирање, ЕМУ и криза дугова</li> </ol> |                             |                             |       |
| <b>Литература</b>  |                             |                             |       |
| Маловић, М., «Међународно финансирање и прекогранична улагања», ИЕН-Београд, 2016.   |                             |                             |       |
| Или  |                             |                             |       |
| Bekaert, G.- Hodrick, R., “International Financial Management”, 2nd Edition, Prentice Hall, Pearson Education Inc., New Jersey, 2012.  |                             |                             |       |
| Или  |                             |                             |       |
| Madura, J., “International Financial Management”, 6th Edition, Thompson South –Western Learning, Mason, OH, 2008.  |                             |                             |       |
| Материјали и чланци који ће бити дељени током семестра   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 3</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b>   |                             |                             |       |
| Настава се одвија кроз ex cathedra предавања и интерактивно постављене илустрације историјских или актуелних случајева кроз које се пружају додатна објашњења и на примерима разрађују поједине области из теоријске наставе.  |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   | 20                          | писмени испит               | 34    |
| практична настава  |                             | усмени испт                 |       |
| колоквијум-и   | 26                          | .....                       |       |
| семинар-и  | 20                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....  |                             |                             |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата  |                             |                             |       |



|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Савремене стратегије брендирања   |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Ђурђевић Диона, Мухи Бела   |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 7  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                             |       |
| Циљ предмета је упознавање студената са концептом 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</b>  |                             |                             |       |
| <i>Теоријска настава</i>   |                             |                             |       |
| Појам бренда и бренд менаџмента. Веза између савременог потрошача и бренда. Креирање основних вредности бренда. Стратегије позиционирања. Архитектура бренда. Интерна имплементација бренд менаџмент приступа. Екстерна имплементација бренд менаџмента: Избор имена и креирање вредности бренда употребом чула, Стратегија производа и креирање вредности са потрошаче, Стратегија цена и брендирање, Канали продаје и брендирање, Комуницирање вредности бренда. Мерење вредности бренда. Специфични аспекти брендирања: Трговинска марка, Бренд у сектору услуга, Однос између домаћих и страних брендова, Брендирање подручја. |                             |                             |       |
| <i>Практична настава</i>   |                             |                             |       |
| Студије случајева везане за брендирање, примену савремених алата бренд менаџмента у циљу стварања јаких брендова, примери успешне тржишне праксе.  |                             |                             |       |
| <b>Литература</b>  |                             |                             |       |
| Основна:   |                             |                             |       |
| 1. Вељковић др Саша, Бренд менаџмент, Економски факултет Универзитета у Београду, Београд, 2010.   |                             |                             |       |
| Допунска:  |                             |                             |       |
| 1. Котлер Филип, Келер Кевин, Маркетинг менаџмент, Дата Статус, Београд, 2006.   |                             |                             |       |
| 2. Котлер Филип, Како креирати, овладати и доминирати тржиштем, Асец, Нови Сад, 2007.;   |                             |                             |       |
| 3. Гргар др Диона, Како постати конкурентан?, Задужбина Андрејевић, Београд, 2011.;  |                             |                             |       |
| 4. Gobe Mark, Емоционално брендирање, Mass Media International, Београд, 2006.;  |                             |                             |       |
| 5. Lindstrom Martin, Brand sense: Грађење моћних брендова помоћу чула додира, укуса, мириса, вида и слуха, Mass Media International, Београд, 2007.  |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 3</b> |       |
| <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>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   | 5                           | писмени испит               | 30    |
| практична настава  | 5                           | усмени испит                |       |
| колоквијум-и   | 40                          | .....                       |       |
| семинар-и  | 20                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....   |                             |                             |       |

|  |
|--|
| <b>Студијски програм:</b> Пословна економија   |
| <b>Назив предмета:</b> Менаџмент малих и средњих предузећа   |
| <b>Наставник:</b> Ненад Д. Пенезић   |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, II семестар   |
| <b>ECTS:</b> 7   |
| <b>Услов:</b> нема   |
| <p><b>Циљ предмета:</b></p> <p>Основни циљ наставног предмета <i>Менаџмент малих и средњих предузећа</i> је разумевање места (значаја), улоге и функционисања малих и средњих предузећа као специфичног елемента привредне структуре, као и савладавање темељних знања у домену предузетничког менаџмента посматраног кроз развојне фазе животног циклуса малог предузећа (организација, производ/услуга и личност предузетника/менаџера). Отуда, фокус је на јединствености управљачког процеса и стратешкој евалуацији различитих модела уласка, те раста и развоја (конкурентске позиције) малог предузећа у националним оквирима и међународном окружењу.</p>  |
| <p><b>Исход предмета:</b></p> <p>У смислу <i>знања</i>, студент ће бити оспособљен да разуме: кључне полуге за управљање малим и средњим предузећем (спољно умрежавање, командне и основне индикаторе пословних перформанси, значај иновирања и континуираног учења); важност и ефективност три основна стуба пословног успеха – стратегија, извршење и управљање људским ресурсима; значај дефинисања одговарајуће пословне стратегије у стално мењајућем пословном окружењу и примене специфичних алата, модела и процеса; значај управљања, лидерства и приступа решавању конфликтних ситуација; структуру финансијских извештаја (ток готовине, рачун добити/губитка, биланс стања/успеха); као и важност основних вредности малог предузећа за његов иновациони капацитет и одрживост.</p> <p>У смислу <i>вештина</i>, студент ће бити оспособљен за: презентацију комплексних пословних случајева на конзистентан и разумљив начин, са кохерентним и логичким закључцима; употребу одговарајућих референтних и библиографских метода; интегративни и тимски рад.</p> <p>У смислу <i>ставова</i>, студент ће развити: способност да, засновано на знању и чињеницама, самостално дистукутује различите управљачке ситуације и истовремено поштује различита мишљења; критичке ставове неопходне за целоживотно учење; став отворености и самокритичне рефлексије у циљу сопственог развоја.</p>   |
| <p><b>Садржај предмета:</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>-<i>Економски контекст у 21. веку, значај предузетништва и сектора микро, малих и средњих (МСП) предузећа</i> (предузетничка револуција; предузетништво и иновативност као развојни концепт; улога и значај предузетничког/МСП сектора; критеријуми за категоризацију предузећа по величини; разумевање малог предузећа као феномена иманентног савременој привреди; аспекти специфичних управљачких изазова и могућности малих предузећа у односу на велика; динамичка и структурална анализа МСП сектора код нас и у ЕУ/свету),</p> <p>-<i>Иницијализација предузетничког подухвата и креирање новог бизниса</i> (кључни кораци предузетничког процеса / предузетнички алгоритам: доношење одлуке о покретању бизниса; пословна оријентација предузетничког подухвата; процена и оцена пословних шанси / тржишна анализа; фокус на купца/потрошача; ресурси и тим; пословни модел; пословни план; финансијске потребе; увод у познате пословне моделе: Porter, BCG матрица, Blue Ocean стратегија),</p> <p>-<i>Дефинисање стратегије успеха</i> („status-quo“ позиција малог предузећа; SWOT анализа; стратегијско планирање - анализа окружења, анализа ресурса, дефинисање циљева, креирање стратегије, дизајнирање организације, развијање маркетинг плана; финансијски план / финансирање као фактор животног циклуса организације)</p> <p>-<i>Интернационализација пословања малог предузећа у условима глобализације</i> (приступ идентификовању тржишних шанси и ризика; стратегијске опције; процена ризика; интернационализација пословања – процес доношења одлука, стратегије „уласка“; културолошке промене)</p> <p>-<i>Разумевање финансијских извештаја и кључних индикатора пословних перформанси (KPI)</i>: ток готовине, рачун добити/губитка, биланс стања и успеха, праг рентабилности (breakeven point); основне одреднице кључних индикатора перформанси, финансијски и нефинансијски показатељи перформанси, главни приступи избору KPI, тачке утицаја на ефикасност одабраних индикатора перформанси, извор метрике за KPI.</p> <p>-<i>Значај лидерства, тима, управљања, решавања проблема и организацијске културе</i> (ефективна управљачка структура; планирање – неопходност планирања: неуспешно планирање vs планирање неуспеха, кључне карактеристике функције планирања; процес планирања, план као резултат процеса планирања; типови планова; процес доношења одлука; организовање – идентификација и усмеравање активности и ресурса, алокација задатака и одговорности, алокација ауторитета, моделирање организационе структуре; вођство – природа и карактеристике вођства, функције лидерства, значај вођства у менаџменту, процеси/технике ефективног вођства, улога лидера, ефективни vs дисфункционални тимови, контрола – значај контроле; нивои контроле, процес контроле; решавање конфликта и њихов утицај на културу организације)</p> |

-Искусство, учење и иновациони менаџмент у малом и средњем предузећу (корелација између способности за учење и капацитета за иновирање, иновација vs инвенција, иновације и импликације по организацију, управљање иновационим процесом, финансирање иновационе активности)

-Управљање људским ресурсима у малом и средњем предузећу: између ефективне неформалности и контроле перформанси (организациони контекст и HR менаџмент у малом предузећу; HRM, конкурентност и пословне перформансе малог предузећа; HR менаџмент заснован на компетенцијама, HR стратегијска мапа, HR scorecard)

-Експанзија пословне активности малог и средњег предузећа (концепт животног циклуса; значај, подстицаји и ограничења експанзији пословне активности; планирање пословне експанзије; анализа и оцена прихватљивости појединих метода раста; финансирање пословне експанзије).

#### Практична настава

Вежбе на практичним примерима из домена менаџмента конкретном економском стварношћу малог и средњег предузећа – презентације студентских пројеката, студија случајева, интернет презентација

#### Литература

1. Пауновић Благоје (2014), Предузетништво и управљање малим предузећима, Београд: Економски факултет,
2. Пенезић, Ненад (1998), Управљање развојем малих предузећа, Београд: Задужбина Андрејевић,
3. Пенезић, Ненад, Ивошевић, Слободан (2018), Предузетнички алгоритам-процес, принципи, пракса, Нови Сад: Моба Партнер,
4. Matthias Fink, Sascha Kraus (2009) The Management of Small and Medium Enterprises, N.York / London, Routledge.
5. William D. Bygrave, Andrew Zacharakis (2014) Entrepreneurship, Third Edition, USA, Wiley

**Број часова активне наставе**

**Теоријска настава: 3**

**Практична настава: 3**

#### Методе извођења наставе:

Предавања, вежбе, освежавање градива (краћи репетиторијум), консултације, презентације студентских пројеката на специфичну пословну тему, припрема и презентација студија случаја, гостујућа предавања предузетника/менаџера из малих предузећа.

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

| Предиспитне обавезе         | поена | Завршни испит | поена |
|-----------------------------|-------|---------------|-------|
| Активности у току предавања | 10    | Писмени испит | 30    |
| Практична настава           | 10    | Усмени испит  |       |
| Колоквијуми                 | 20+20 | .....         |       |
| Семинарски рад              | 10    |               |       |

#### Студијски програм : Пословна економија - МАС

**Назив предмета:** Компаративно рачуноводство

**Наставник/наставници:** Парнички Павле

**Статус предмета:** изборни, други семестар

**Број ЕСПБ:** 7

**Услов:** нема

#### Циљ предмета

Упознавање студената са теоријом и праксом финансијског извештавања и међународним рачуноводственим стандардима, као основним оквиром финансијског извештавања, односно, компаративне, рачуноводствене анализе.

#### Исход предмета

Студент ће бити оспособљен да важност анализе финансијских извештаја разматра, у првом реду, с аспекта управљања пословањем и развојем предузећа. Анализа финансијских извештаја, дакле, ствара информациону подлогу за потребе управљања, односно, пословног одлучивања.

#### Садржај предмета

*Теоријска настава*

ГЕНЕЗА ФИНАНСИЈСКОГ ИЗВЕШТА, ФИНАНСИЈСКО ИЗВЕШТАВАЊЕ У ФУНКЦИЈИ ПОСЛОВНО – ПОЛИТИЧКИХ ЦИЉЕВА МЕНАџМЕНТА ПРЕДУЗЕЋА, ГЛОБАЛНА ХАРМОНИЗАЦИЈА ФИНАНСИЈСКОГ ИЗВЕШТАВАЊА ИНТЕРНЕТ ПРЕЗЕНТАЦИЈА ФИНАНСИЈСКИХ ИЗВЕШТАЈА

*Практична настава*

Вежбе на практичним примерима компарације финансијских извештаја, презентације пројеката, семинарских и приступних радова, решавање студија случаја.

#### Литература

1. Видаковић др Слободан, Финансијско извештавање – основа управљања бизнисом, ФАБУС, Нови Сад, 2005.
2. Међународни рачуноводствени стандарди, Савез рачуновођа и ревизора Србије, Београд, 2007.
3. Ромић др Лидија, Теорија и политика биланса, Пролетер а.д. Бечеј, Бечеј, 2015.

**Број часова активне наставе**

**Теоријска настава: 3**

**Практична настава: 3**

#### Методe извођења наставе

Предавања, вежбе, семинарски рад, колоквијуми, писмени испит.

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

| Предиспитне обавезе        | поена | Завршни испит | поена |
|----------------------------|-------|---------------|-------|
| активност у току предавања | 10    | писмени испит |       |
| практична настава          |       | усмени испт   | 40    |
| колоквијум-и               | 40    | .....         |       |
| семинар-и                  | 10    |               |       |

Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....

\*максимална дужна 2 странице А4 формата

|  |                             |                      |                             |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| <b>Студијски програм :Пословна економија - МАС</b>   |                             |                      |                             |
| <b>Назив предмета:</b> Стратегијски аспекти менаџмента људских ресурса   |                             |                      |                             |
| <b>Наставник/наставници:</b> Вемић Ђурковић Јелена   |                             |                      |                             |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                             |                      |                             |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 7  |                             |                      |                             |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                      |                             |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                      |                             |
| Основни циљ предмета јесте да се студентима пружи знања о основним концептима неопходним за разумевање стратегијског управљања људским ресурсима у предузећима. Сврха предмета јесте у упознавању студената са стратешком улогом менаџмента људских ресурса у савременом пословању као и свих негативних последица одсуства претходно наведеног у стратешком управљању предузећем.   |                             |                      |                             |
| <b>Исход предмета</b>  |                             |                      |                             |
| Након савладавања материје обухваћене овим предметом студенти ће бити оспособљени за критичко размишљање и сагледавање концепта стратегијског менаџмента људских ресурса, разумевање и демонстрирање његовог стратешког доприноса у управљању предузећем. Студенти ће усвојити вештине и ставове основног схватања стратешке улоге и важности генеричких активности менаџмента људских ресурса, као и значаја система управљања људским ресурсима за увећање успешности пословања.   |                             |                      |                             |
| <b>Садржај предмета</b>  |                             |                      |                             |
| 1.Однос стратегијског управљања и менаџмента људских ресурса, 2. Стратегијски менаџмент људских ресурса, дефиниција, циљеви и принципи, 3. Специфичности људских ресурса у стратегијском управљању, 4. Модел 5П стратегијског менаџмента људских ресурса, 5. Улоге и задаци стратегијског менаџмента људских ресурса, 6. Пословне стратегије и менаџмент људских ресурса, 7. Стратегијске опције менаџмента људских ресурса, 8. Стратегијски оквир главних активности у менаџменту људских ресурса, 9. Улога менаџмента људских ресурса у стварању стратегијске конкурентске предности, 10. Интернационални менаџмент људских ресурса.                                   |                             |                      |                             |
| <b>Литература</b>  |                             |                      |                             |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пере Сикавица, Фикрета Бахтијаревић-Шибер, Нина Полошки Вокић: Темелји менаџмента, Школска књига, Загреб, 2008., део Стратегијски менаџмент људских ресурса , стр. 642-655</li> <li>2. Raymond Noe, John Hollenbeck, Barry Gerhart, Patrick Wright: Menadžment ljudskih potencijala – postizanje konkurentске prednosti, Mate, Zagreb, 2006. deo Strategijski menadžment ljudskih potencijala, str. 40-72</li> <li>3. Catherine Truss, David Mankin, Clare Keliher, Strategic Human Resource Management, Oxford, University Press, 2012.</li> <li>4. Mary Coutler, Strategic management, DataStatus, Beograd, 2010.</li> </ol> |                             |                      |                             |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 3</b> |                      | <b>Практична настава: 3</b> |
| <b>Методе извођења наставе</b>   |                             |                      |                             |
| Предавања, студије случаја   |                             |                      |                             |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                      |                             |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b> | поена                       |
| активност у току предавања   | 10                          | писмени испит        |                             |
| практична настава  | 10                          | усмени испит         | 30                          |
| колоквијум-и   | 40                          | .....                |                             |
| семинар-и  | 10                          |                      |                             |

|   |                             |                             |       |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм :Пословна економија -МАС</b>   |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Међународни маркетинг  |                             |                             |       |
| <b>Наставник/наставници:</b> Мухи Бела, Радновић Бранислав  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар   |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 7   |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема  |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b><br>Основни циљ предмета је упознавање студената са савременим маркетинг приступом на међународном тржишту и оспособљавање за примену маркетинг инструмената и техника у међународном окружењу.  |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b><br>СТИЦАЊЕ основа за разумевање међународног маркетинга као и примена стечених сазнања у пракси на основу искуства међународно афирмисаних предузећа. Студенти ће бити упознати са техникама и алатима мађународног маркетинга ради успешног управљања пословним активностима у процесу интернационализације пословања предузећа и развијања међународних маркетинг активности и програма како би се предузећа позиционирала на иностраним тржиштима.   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>1. Међународно маркетиншко окружење, 2. Међународне димензије маркетинга, 3. Управљање међународним маркетингом, 4. Стратегије међународног маркетинга, 5. Међународна конкурентност предузећа, 6. Међународна маркетинг истраживања, 7. Међународни интернет маркетинг, 8. Глобализација светске привреде, 9. Глобални маркетинг<br><i>Практична настава</i><br>Студије случаја и дискусије о трендовима у међународном маркетингу, истраживачки задаци и организовање дискусионих група. |                             |                             |       |
| <b>Литература</b><br>1. Ф. Котлер, К. Келер: Маркетинг менаџмент, 15. издање, 2017.<br>2. Ракита В.: Међународни маркетинг, Економски факултет, Београд, 2010.<br>3. Bradley F.: International marketing strategy, Prentice Hall, Harlow, 2003.   |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>  | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 3</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b><br>Предавања, вежбе, консултације, студије случајева, семинарски радови.   |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања  | 5                           | писмени испит               | 20    |
| практична настава   | 5                           | усмени испит                | 20    |
| колоквијум-и  | 40                          | .....                       |       |
| семинар-и   | 10                          |                             |       |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....  |                             |                             |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |                             |                             |       |

|   |  |                             |                             |
|---|--|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>Студијски програм :Пословна економија - МАС</b>  |  |                             |                             |
| <b>Назив предмета:</b> Пословна политика у осигурању  |  |                             |                             |
| <b>Наставник/наставници:</b> Милорадић Јова, Вукадиновић Симонида   |  |                             |                             |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар   |  |                             |                             |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 5   |  |                             |                             |
| <b>Услов:</b> нема  |  |                             |                             |
| <b>Циљ предмета</b><br>Изучавање овог предмета омогућава студентима да примене основне постулате из области осигуравајуће индустрије у Републици Србији са предходно стеченим стеченим знањем из области осигурања у Европској унији. Суштина предмета је оспособљавање студената на истраживању комплексне материје тржишта осигурања увидом у пословну политику и профитабилност осигуравајућих компанија на домаћем тржишту, као и примена стечених знања из праксе глобалног тржишта осигурања.   |  |                             |                             |
| <b>Исход предмета</b><br>Студент стиче додатна теоретска и практична знања из области финансијског пословања осигуравајућих кућа. Студент стиче актуелна сазнања на подручју светског и домаћег тржишта осигурања, и влада широм и комплекснијом појмовном терминологијом из основних економских принципа и постулата осигуравајуће делатности.   |  |                             |                             |
| <b>Садржај предмета</b><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привредни значај осигурања</li> <li>2. Уговори о осигурању и функционисање осигуравајућих компанија</li> <li>3. Организациона структура осигуравајућих компанија</li> <li>4. Тумачење финансијских извештаја</li> <li>5. Дисперзија ризика у осигурању</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> Осигуравајући фондови као генератор привредног раста |  |                             |                             |
| <b>Литература</b><br>Јова Милорадић, Економика осигурања, Београд 2010<br>Јова Милорадић, Технологија осигурања, Београд 2010 Јова Милорадић, Осигурање, Београд, 2006.<br>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><br>Предавања, вежбе, консултације, студије случајева, семинарски радови.   |  |                             |                             |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |  |                             |                             |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  |  | поена                       | <b>Завршни испит</b>        |
| активност у току предавања  |  | 10                          | писмени испит               |
| практична настава   |  |                             | усмени испт                 |
| колоквијум-и  |  | 50                          | .....                       |
| семинар-и   |  | 10                          |                             |
|   |  |                             | поена                       |
|   |  |                             | 30                          |

|  |       |                             |                             |
|--|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>Студијски програм :Пословна економија - МАС</b>   |       |                             |                             |
| <b>Назив предмета:</b> Дигитални маркетинг   |       |                             |                             |
| <b>Наставник/наставници:</b> Радновић Бранислав  |       |                             |                             |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |       |                             |                             |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 5  |       |                             |                             |
| <b>Услов:</b> нема   |       |                             |                             |
| <b>Циљ предмета</b><br>СТИЦАЊЕ ВИШЕГ НИВОА ЗНАЊА О ДИГИТАЛНОМ МАРКЕТИНГУ, СА ПОСЕБНИМ АКЦЕНТОМ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈУ ЗНАЊА ДИГИТАЛНОГ МАРКЕТИНГА У ПОСЛОВНУ МАРКЕТИНГ ПРАКСУ ДОМИЦИЛНИХ КОМПАНИЈА.   |       |                             |                             |
| <b>Исход предмета</b><br>ОСПОСОБЉАВАЊЕ СТУДЕНАТА ЗА САМОСТАЛНО КРЕИРАЊЕ И ВОЂЕЊЕ ДИГИТАЛНИХ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЈА, РЕАЛИЗАЦИЈУ И ПОДРШКУ ОН-ЛИНЕ МАРКЕТИНГ КАМПАЊА, ПРВЕНСТВЕНО КРОЗ САМОСТАЛНО КОНЦИПИРАЊЕ И УПРАВЉАЊЕ ДИГИТАЛНИМ МАРКЕТИНГ КАМПАЊАМА.   |       |                             |                             |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>Увод у дигитални маркетинг, разлика између интернет маркетинга и дигиталног маркетинга, дигитални маркетинг план, демографске карактеристике и понашање потрошача на дигиталним медијима, дигиталне маркетинг стратегије, систем и процес дигиталних маркетиншких активности, дигитални маркетинг као део интегрисаних маркетиншких активности, циљеви дигиталног маркетинга, дигитални маркетинг алати, планирање, организовање, управљање и контрола дигиталних маркетиншких активности, потенцијалне грешке у примени дигиталних маркетиншких активности.<br><i>Практична настава</i><br>Студије случајева везане за реализацију дигиталне маркетинг стратегије, са посебним освртом на специфичне дигиталне маркетинг алате и активности. |       |                             |                             |
| <b>Литература</b><br>1. Deјv, Џефи; PR Smit, Digitalni marketing – planiranje i optimizacija, Viva trade, Beograd, 2018.<br>2. Rakić, Веба, Digitalni marketing, Zavod za udžbenike Beograd, 2016. Strauss, Judy, El-Ansary, Adel , 3.Frost, Raymond, E-маркетинг, Шахинпашић, Сарајево, 2006.<br>4. Ружић, Драго, Е – маркетинг, Свеучилиште Ј.Ј. Штросмајера, Економски факултет, Осиек, 2003.<br>5. Strauss, Judy, El-Ansary, Adel & Frost Raymond, E – marketing, Prentice Hall, 2006.   |       |                             |                             |
| <b>Број часова активне наставе</b>   |       | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 2</b> |
| <b>Методe извођења наставе</b><br>Интерактивна настава, студије случајева, дискусије, мулти медијална комуникација   |       |                             |                             |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |       |                             |                             |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена | <b>Завршни испит</b>        | поена                       |
| активност у току предавања   | 5     | писмени испит               | 25                          |
| практична настава  | 10    | усмени испит                | 10                          |
| колоквијум-и   | 45    | .....                       |                             |
| семинар-и  | 5     |                             |                             |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....   |       |                             |                             |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата  |       |                             |                             |



|  |                        |                             |                             |
|--|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>Студијски програм :Пословна економија - МАС</b>   |                        |                             |                             |
| <b>Назив предмета:</b> Стратегијско пословно планирање   |                        |                             |                             |
| <b>Наставник/наставници:</b> Јешић Јелена  |                        |                             |                             |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, други семестар  |                        |                             |                             |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 5  |                        |                             |                             |
| <b>Услов:</b> нема   |                        |                             |                             |
| <b>Циљ предмета</b><br>Предмет Стратегијско пословно планирање намењен је разумевању значаја и улоге стратегијског пословног плана у савременом економском развоју како са аспекта одабира оквира, визије и дугорочних циљева у пословању привредних субјеката, тако и у функцији развоја оперативних и тактичких планова и решења за постизање жељених предузетничких намера у достизању жељеног пословног модела. Посебно је потенцирано подстицање корпоративног предузетништва и корпоративног менаџмента из стратегијске перспективе, кроз стварање и извршавање одрживих пословних планова.  |                        |                             |                             |
| <b>Исход предмета</b><br>Студент ће бити оспособљен за самостално моделирање и имплементацију пословног плана, као и за стварање оквира оперативних и тактичких пословних одлука. Кроз процес израде и примене пословног плана, студент ће савладати и делегирање задатака запосленима који су укључени у пословну имплементацију плана, како би се информисали и мотивисали, управљање променама и стварање темеља за даље пословно планирање и развој, као и процену пословног утичка и надзор нових перформанси пословних процеса и система пословања.  |                        |                             |                             |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br><i>Моделирање пословног плана</i> (анализа окружења-припреме за предузетнички подухват, анализа тржишта, финансијске пројекције предузетничког подухвата, моделирање интегралног пословног плана); <i>Раст и развој предузетничког подухвата</i> (стратегијско планирање предузетничког подухвата, управљање растом и развојем организације, стратегије експанзије, лидерство и мотивација); <i>Савремени пословни изазови</i> (Процес развоја, стратешка структура пословног планирања, пројектни задатак, прикупљање података, анализа података, развој плана, процена, имплементација, процес стратешког пословног планирања).<br><i>Практична настава</i><br>Вежбе на практичним примерима из домена моделирања и израде бизнис плана, презентације пројеката, семинарских и приступних радова, решавање студија случаја. |                        |                             |                             |
| <b>Литература</b><br>1. Пенезић, Ненад: Предузетништво – савремени приступ, Факултет пословне економије, Универзитет Едуцонс, С.Каменица, 2009.<br>2. Reading, Clive: Strategic business planning, A dynamic system for improving performance and competitive advantage, Kogan page, London and Sterling, 2002.<br>3. Пенезић, Ненад: Управљање развојем малих предузећа, Задужбина Андрејевић, Београд, 1998.<br>4. Johnson, Ron, Савршени бизнис план, Службени гласник, Београд, 2005.  |                        |                             |                             |
| <b>Број часова</b>   | <b>активне наставе</b> | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 2</b> |
| <b>Методe извођења наставе</b><br>Предавања, вежбе, освежавање градива (краћи епетиторијум), консултације, разматрање конкретних проблема из области предузетништва, као и презентације пројеката и семинарских радова.  |                        |                             |                             |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                        |                             |                             |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                  | <b>Завршни испит</b>        | поена                       |
| активност у току предавања   | 20                     | писмени испит               |                             |
| практична настава  |                        | усмени испит                | 40                          |
| колоквијум-и   | 40                     | .....                       |                             |
| 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 2 странице А4 формата  |                        |                             |                             |

|   |       |                          |       |
|---|-------|--------------------------|-------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија - МАС</b>   |       |                          |       |
| <b>Назив предмета:</b> Стручна пракса   |       |                          |       |
| <b>Наставник/наставници задужени за организацију стручне праксе:</b> Јелена Јешић   |       |                          |       |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, други семестар  |       |                          |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 3   |       |                          |       |
| <b>Услов:</b>   |       |                          |       |
| <b>Циљ стручне праксе</b>   |       |                          |       |
| 1. Упознавање са практичним аспектима организовања и управљања у организацији у којој се обавља пракса 2. Овладавање са начином примене одређене области пословне економије за коју је студент заинтересован у организацији у којој обавља стручну праксу. 3. Стицање знања о функционисању одабране области.   |       |                          |       |
| <b>Исход стручне праксе</b>   |       |                          |       |
| Студент који успешно заврши стручну праксу оспособљен је да: Разуме основне облике организовања и управљања у организацији у којој се обавља пракса Идентификује основне концепте и методологије примене одређене области пословне економије за коју је студент заинтересован за истраживање у организацији у којој обавља стручну праксу 3. Успешно примени вештине и начине деловања одабране области пословне економије. |       |                          |       |
| <b>Садржај стручне праксе</b>   |       |                          |       |
| Теоријско-методолошка припрема стручне праксе. Договор са наставником о програму и начину извођења стручне праксе. Договор са ментором у организацији о програму и начину извођења стручне праксе. Дефинисање активности које ће бити реализоване на стручној пракси. Реализација активности. Израда дневника стручне праксе.   |       |                          |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>  |       | <b>Остали часови - 6</b> |       |
| <b>Методe извођења стручне праксе</b>   |       |                          |       |
| Стручна пракса се обавља у изабраној организацији у трајању од месец дана. Студент обилази све организационе јединице у организацији и упознаје се са начином организовања и функционисања организације.  |       |                          |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |       |                          |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена | <b>Завршни испит</b>     | поена |
| Припрема за реализацију стручне праксе  | 25    | писмени испит            |       |
| Реализација и вођење дневника стручне праксе  | 25    | усмени испт              | 50    |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....   |       |                          |       |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |       |                          |       |

|   |                        |
|---|------------------------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија – МАС</b>   |                        |
| <b>Назив предмета:</b> Завршни мастер рад – истраживачки рад  |                        |
| <b>Наставник/наставници:</b> Изабрани ментор  |                        |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, други семестар  |                        |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 1   |                        |
| <b>Услов:</b> положени сви испити предвиђени курикулумом студијског мастер програма   |                        |
| <b>Циљ истраживачког рада</b><br>Циљ предмета је оспособљавање студента за писање мастер рада, односно примену теоријскометодолошког, научно-стручног и стручноапликативног приступа у спровођењу истраживања, самостални научноистраживачки рад и ефективно решавање комплексних проблема у области економских наука, на основу претходно стечених теоријских и практичних знања и вештина.              |                        |
| <b>Исход истраживачког рада</b><br>Студент је оспособљен да користи релевантну научну и стручну литературу, односно примену теоријско-методолошког, научностручног и стручноапликативног приступа у спровођењу истраживања, самостални научноистраживачки рад и ефективно решавање комплексних проблема у области економских наука, на основу претходно стечених теоријских и практичних знања и вештина. |                        |
| <b>Садржај</b><br>Истраживачки рад<br>Писање мастер рада<br>Консултације са ментором око квалитета рада   |                        |
| <b>Препоручена литература</b><br>Сва научноистраживачка литература из области теме писања мастер рада   |                        |
| <b>Методе извођења</b><br>Консултације, самостални и групни рад, дијалогска метода  |                        |
| <b>Број часова активне наставе СИР:1</b>  | <b>Остали часови 0</b> |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                        |
| Истраживачки рад  | 100                    |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....   |                        |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |                        |

|   |              |                        |
|---|--------------|------------------------|
| <b>Студијски програм : Пословна економија – МАС</b>   |              |                        |
| <b>Назив предмета:</b> Завршни мастер рад - израда и одбрана  |              |                        |
| <b>Наставник/наставници:</b> Изабрани ментор  |              |                        |
| <b>Статус предмета:</b> обавезан, други семестар  |              |                        |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 4   |              |                        |
| <b>Услов:</b> положени сви испити предвиђени курикулумом студијског мастер програма   |              |                        |
| <b>Циљ завршног мастер рада</b><br>Циљеви завршног мастер рада су: (а) доказ да је студент овладао знањима и стекао компетенције потребне за самосталан рад у одређеној научној или стручној области и дисциплини, (б) упознавање студента са одређеном облашћу научне или стручне дисциплине кроз детаљнију разраду једне теме из те области, (в) оспособљавање студента за самосталан истраживачки и практичан рад у одређеној области. |              |                        |
| <b>Исход завршног мастер рада</b><br>Оспособљеност студента за практичну примену теоријских сазнања стечених приликом израде завршног мастер рада, односно за креативно решавање практичних проблема.   |              |                        |
| <b>Садржај</b><br>Консултације са ментором и договор око писања и одбране мастер рада<br>Одбрана (јавно презентовање) мастер рада   |              |                        |
| <b>Препоручена литература</b><br>Сва научноистраживачка литература из области теме писања мастер рада   |              |                        |
| <b>Методе извођења</b><br>Консултације, самостални и групни рад, дијалогска метода  |              |                        |
| <b>Број часова активне наставе</b>  | <b>СИР:0</b> | <b>Остали часови:1</b> |
| <b>Оцењивање завршног рада (максимални број поена 100)</b>  |              |                        |
| <b>Писмени рад</b>  | <b>50</b>    |                        |
| <b>Одбрана рада</b>   | <b>50</b>    |                        |
| Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....   |              |                        |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата   |              |                        |

|  |       |                      |                      |
|--|-------|----------------------|----------------------|
| <b>Студијски програм:</b> Пословна економија - МАС   |       |                      |                      |
| <b>Назив предмета:</b> Спортска рекреација у туризму   |       |                      |                      |
| <b>Наставник:</b> др Ивица Николић   |       |                      |                      |
| <b>Статус предмета:</b> Изборни, 2 семестар  |       |                      |                      |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 4  |       |                      |                      |
| <b>Услов:</b> Нема   |       |                      |                      |
| <b>Циљ предмета</b><br>У савременом свету последњих деценија се променио начин живота, узрокован глобалним променама које човеку намећу нову филозофију провођења слободног времена и физичко-психичке адаптације организма, како би одговорио захтевима посла и индустријализације која мења карактер рада и живота запосленог. Са циљем одрживости физичке и менталне способности, јавља се потреба свакодневног физичког вежбања кроз различите видове спортске рекреације и активног провођења слободног времена. Тако створене навике представљају императив туристичким дестинацијама да у своју понуду уврсте различите програме спортске рекреације и на тај начин задовоље потребе корисника својих услуга. Ванпансионска потрошња је битан сегмент туристичког потенцијала, а програми спортске рекреације су њен базични део понуде.<br>Кроз овај предмет, студенти се упознају са основним садржајима спортско-рекреативних програма и њихову имплементацију у корпус туристичке понуде. Усвојиће знања о појму, дефиницији, функцијама и програмским садржајима спортске рекреације као науке, уз прецизна упутства и начине примене програмираних активних одмора који се реализују у оквиру туристичког кретања. Као крајњи циљ, ствара се навика о упражњавању физичких активности и профилактичком деловању спортске рекреације на здравље корисника. |       |                      |                      |
| <b>Исход предмета</b><br>По успешном завршетку овог курса студенти су у стању да :<br>- владају терминологијом спортско-рекреативног туризма;<br>- организују и руководе различитим спортско-рекреативним програмима у туризму;<br>- прате, програмирају, мере и оцењују исходе и ефекте примењених програма спортске рекреације на здравље корисника туристичких услуга;<br>- препознају стање замора и стреса корисника и адекватно примене одговарајуће програме спортско-рекреативних активности са циљем отклањања таквих стања корисника туристичких услуга;<br>- износе и презентују коначне оцене и закључке о степену утицаја спортско-рекреативних програма из корпуса сопствене туристичке понуде, на здравље сваког корисника понаособ.  |       |                      |                      |
| <b>Садржај предмета</b><br><i>Теоријска настава</i><br>Појам, задаци и функције спортске рекреације. Научно-теоријске основе спортске рекреације. Спортско-рекреативне активности у туризму. Економски аспекти спортске рекреације у туризму. Програмирање, опремање и руковођење спортско-рекреативним програмима и садржајима у туризму. Облици спортско-рекреативних садржаја у туристичкој понуди, Физио-профилактичке процедуре као садржај туристичке понуде. Модели програма културно-забавних и спортско-рекреативних игара у туризму. Категорије активних одмора у туризму: облици, програмирање, реализација, контрола и валоризација ефеката.<br><i>Практична настава</i><br>Посета спортско-рекреативним центрима као сегменту туристичке понуде. Учесће у реализацији медицинско-програмираних здравствено превентивних активних одмора у бањским центрима у АП Војводини и упознавање са савременим облицима туристичке понуде.  |       |                      |                      |
| <b>Литература</b><br>Nikolić, I. Sportska rekreacija u turizmu, (2006), Beograd.<br>Nikolić, I. Sportska rekreacija menadžera, (2009), Beograd.<br>Blažajac, M. (1992), Programiran aktivan odmor, Novi Sad.<br>Weaver, D., Lawton, L. (2006). <i>Tourism Management</i> , 3 <sup>rd</sup> edition. Australia: John Wiley & Sons.  |       |                      |                      |
| <b>Број часова активне наставе недељно</b>   |       | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 1 |
| <b>Методe извођења наставe</b><br>Интерактивна настава, семинарски радови, студије случаја.  |       |                      |                      |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |       |                      |                      |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена | <b>Завршни испит</b> | поена                |
| активност у току предавања   | 10    | писмени испит        | 30                   |
| колоквијум-и   | 20    | усмени испит         | 20                   |
| семинар-и  | 20    |                      |                      |

|   |                             |                             |           |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| <b>Студијски програм: Пословна економија</b>  |                             |                             |           |
| <b>Назив предмета: Маркетинг туристичке дестинације</b>   |                             |                             |           |
| <b>Наставник: Бела Мухи</b>   |                             |                             |           |
| <b>Статус предмета: изборни, 2 семестар</b>   |                             |                             |           |
| <b>Број ЕСПБ: 7</b>   |                             |                             |           |
| <b>Услов: нема</b>  |                             |                             |           |
| <b>Циљ предмета</b>   |                             |                             |           |
| Турбулентне промене и трендови на туристичком тржишту значајно се одражавају на пословно понашање и реаговање туристичких дестинација и самим тим захтевају координацију маркетинг активности управљачких структура на нивоу дестинације. На глобалном новоу, туризам је под утицајем бројних промена, такође промене се дешавају и у маркетинг активностима. Дестинације треба да прате трендове и на туристичком тржишту, као и на пољу маркетинга. Основни циљ предмета је да се студенти упознају са савременим алатима и техникама маркетинга као и са трендовима и тенденцијама на туристичком тржишту које утичу на пословање туристичких субјеката на нивоу дестинација.                  |                             |                             |           |
| <b>Исход предмета</b>   |                             |                             |           |
| Студенти ће бити оспособљени да креирају у воде маркетинг кампање у туристичком сектору на нивоу дестинације, да препознају и демонстрирају стратегије маркетинга у развоју туристичке дестинације, примене поступке планирања, организовања, вођења и контроле процеса у развоју дестинације, идентификују потенцијале и просторне одлике туристичких дестинација, користе најновије маркетинг алате за развој и промоцију туристичких дестинација.  |                             |                             |           |
| <b>Садржај предмета</b>   |                             |                             |           |
| <i>Теоријска настава :</i>  |                             |                             |           |
| Полази се од теоријско-методолошких поставки изучавања маркетинга у туризму, детаљно образлажу карактеристике туристичких дестинација. Детаљно се, такође, обрађују инструменти маркетинг микса у пословној и туристичкој политици на нивоу дестинација. Тематске целине предмета су следеће: Значај и улога туризма у глобалној економији и текући трендови, Појам и карактеристике туристичког тржишта, Туристичка дестинација и значај маркетинга за њен развој, Процена туристичких потенцијала дестинације и планирање маркетинг активности, Одрживи развој туристичке дестинације, Брендмирање туристичке дестинације, Коришћење савремене технологије у промоцији туристичких дестинација. |                             |                             |           |
| <i>Практична настава:</i>   |                             |                             |           |
| Излажу се студије случајева из области туризма, те се на конкретним примерима води дискусија о темама наставног програма. Практична искуства дата су на примерима развијених туристичких дестинација.   |                             |                             |           |
| <b>Литература</b>   |                             |                             |           |
| <b>Основна литература:</b>  |                             |                             |           |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Бакић, О.: Маркетинг у туризму, Сремска Каменица 2008.</li> <li>Бакић, О.: Маркетинг менаџмент туристичке дестинације, Сремска Каменица 2009.</li> <li>Попеску, Ј.: Маркетинг у туризму и хотелијерству, Београд, 2015.</li> <li>Штетић, С., Шимичевић, Д.: Менаџмент туристичке дестинације. Београд: Српско географско друштво, 2014.</li> </ol>   |                             |                             |           |
| <b>Додатна литература:</b>  |                             |                             |           |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Котлер, П., и др.: Маркетинг услуга у угоститељству, хотелијерству и туризму, Загреб: Мате, 2010</li> <li>Kotler, P., Keller, K.: Marketing Management, 15. edition, 2017.</li> <li>Morrison, A.M.: Hospitality and Travel Marketing, Delmar/Thompson Learning. United Kingdom, 2002.</li> </ol>   |                             |                             |           |
| <b>Број часова активне наставе</b>  | <b>Теоријска настава: 3</b> | <b>Практична настава: 3</b> |           |
| <b>Методе извођења наставе</b>  |                             |                             |           |
| Методе 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 (интерактивна настава), израда семинарских радова и дискусија, посета експерата из праксе, посета туристичким и другим предузећима.   |                             |                             |           |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |                             |                             |           |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена     |
| активност у току предавања  | <b>5</b>                    | писмени испит               | <b>20</b> |
| практична настава   | <b>5</b>                    | усмени испит                | <b>20</b> |
| колоквијум-и  | <b>2 x 20</b>               | .....                       |           |
| семинар-и   | <b>10</b>                   |                             |           |

|   |       |                      |                      |
|---|-------|----------------------|----------------------|
| <b>Студијски програм:</b> Пословна економија - МАС  |       |                      |                      |
| <b>Назив предмета:</b> Менаџмент туристичке дестинације   |       |                      |                      |
| <b>Наставник:</b> Срђан Милошевић   |       |                      |                      |
| <b>Статус предмета:</b> Изборни, 2 семестар   |       |                      |                      |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 7   |       |                      |                      |
| <b>Услов:</b> Нема  |       |                      |                      |
| <b>Циљ предмета</b>   |       |                      |                      |
| <p>Циљ предмета је да студенти овладају знањима о појму, суштини, типологији и месту које туристичке дестинације имају у систему туризма. Циљ је и прихватање знања везаних за активности организовања туризма на дестинацији, планирања маркетинг активности на туристичкој дестинацији, као и да се оспособе да повезују и примењују стечена знања при решавању конкретних проблема. Упознавање студената са примерима добре праксе из компаративних туристичких дестинација у циљу постизања боље међународне компетитивности одабране туристичке дестинације у савременом окружењу. Такође, циљ је оспособљавање студената за примену теоретских знања и модела менаџмента у пракси, као и оспособљавање студената за самостално решавање комплексних проблема везаних за управљање туристичком дестинацијом; Циљ је такође упознавање студената са савременим концептима управљања туристичком дестинацијом у складу са принципима одрживог развоја.</p> |       |                      |                      |
| <b>Исход предмета</b>   |       |                      |                      |
| <p>По успешном завршетку овог курса студенти су у стању да примене:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Концепт одрживог развоја дестинације кроз планирање пројеката одрживог туризма;</li> <li>- Сложене концепте управљања, за ефикасно коришћење ресурса у туризму;</li> <li>- Анализу стања и промена у општем и конкурентском окружењу на туристичком тржишту, те да изврше процену утицаја на туристичку дестинацију;</li> <li>- Анализу постојећег стања дестинацијске компетитивности;</li> <li>- Нове моделе менаџмента применљиве на одабраним дестинацијама;</li> <li>- Концепте креирања и осмишљавања нових туристичких производа;</li> <li>- Стечена знања у пракси на примерима локалних туристичких организација.</li> </ul>  |       |                      |                      |
| <b>Садржај предмета</b>   |       |                      |                      |
| <i>Теоријска настава</i>  |       |                      |                      |
| <p>Туристичка дестинација – појам и концепт, Врсте дестинација и организациона структура као кључни елемент туристичког система, Конкурентност и бенчмаркинг туристичке дестинације, Раст и одрживи развој и животни циклус туристичке дестинације, Појам и теорије компетитивности туристичке дестинације. Елементи и фактори компетитивности дестинације, Менаџмент производа туристичких дестинација Чиниоци релевантни за управљање – ситуациона анализа, Дефинисање елемената за управљање (процес планирања). Модел сарадње и партнерстава на развоју дестинације. Стратегија управљања и управљање развојем туристичке дестинације у циљу постизања компетитивности. Модел развоја, управљања и промоције туристичке дестинације.</p>  |       |                      |                      |
| <i>Практична настава</i>  |       |                      |                      |
| <p>Анализа примера функционисања дестинација, Анализа животног циклуса дестинације и оцењивање фаза циклуса. Анализа у управљању дестинацијама. PEST и SWOT анализа појединих дестинација. Процена тржишне позиционираниости. Процена компетитивности. Израда плана и модела постизања компетитивности појединих дестинација.</p>   |       |                      |                      |
| <b>Литература</b>   |       |                      |                      |
| <p>Јегдић, В. и Марковић, Д. (2011). <i>Менаџмент туристичке дестинације</i>. Нови Сад: Факултет за спорт и туризам.<br/>         Јовичић, Д. (2002). <i>Менаџмент туристичке дестинације</i>. Београд: ЖЕЛНИД<br/>         Ritchie, B., Crouch, G. (2003). <i>The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective</i>. Wallingford CABI: Publishers.<br/>         Weaver, D., Lawton, L. (2006). <i>Tourism Management</i>, 3<sup>rd</sup> edition. Australia: John Wiley &amp; Sons.</p>   |       |                      |                      |
| <b>Број часова активне наставе недељно</b>  |       | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 |
| <b>Методе извођења наставе</b>  |       |                      |                      |
| Интерактивна настава, семинарски радови, анализе случаја.   |       |                      |                      |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>  |       |                      |                      |
| <b>Предиспитне обавезе</b>  | поена | <b>Завршни испит</b> | поена                |
| активност у току предавања  | 10    | писмени испит        | 30                   |
| колоквијум-и  | 20    | усмени испит         | 20                   |
| семинар-и   | 20    |                      |                      |

|  |                             |                             |       |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Студијски програм :</b> Пословна економија - МАС  |                             |                             |       |
| <b>Назив предмета:</b> Туризам и локални развој  |                             |                             |       |
| <b>Наставник:</b> Срђан Милошевић  |                             |                             |       |
| <b>Статус предмета:</b> изборни, 2 семестар  |                             |                             |       |
| <b>Број ЕСПБ:</b> 5  |                             |                             |       |
| <b>Услов:</b> нема   |                             |                             |       |
| <b>Циљ предмета</b>  |                             |                             |       |
| <p>Циљ овог предмета је да студенти усвоје знања везана за значај који туризам као инструмент има за локални развој. Студенти ће се упознати са основним принципима одрживог развоја туризма у функцији локалног развоја и умеће да те принципе имплементирају у развојне планове и креирање туристичког производа. Такође, студенти ће бити упознати и са препорукама везаним за принципе, циљеве и значај локалног развоја, са посебним освртом на туризму заснованом на локалној заједници (<i>community based tourism</i>- СВ) и туризму у корист сиромашних (<i>pro-poor tourism</i>- РРТ). Студенти ће бити оспособљени да утврде и анализирају функционалне релације између локалног развоја одређених просторних целина и туристичког система, као интегративног и индуктивног фактора локалног развоја, као и да на основу тога дају концепт развојно-планског документа. Посебна пажња ће бити посвећена специфичностима локалног развоја руралних простора.</p> |                             |                             |       |
| <b>Исход предмета</b>  |                             |                             |       |
| <p>Основни исход предмета је да се студенти оспособе: да дефинишу локалне туристичке просторе који могу индуковати свеукупан одржив и профитабилан локални развој, да објасне интеракцију између укупног локалног развоја одређених локалних простора и анализирају могућности њиховог туристичког уређења и активирања, да самостално креирају туристичке планове и програме датог локалног простора у оквиру интегралног плана локалног развоја. То треба да се испољи кроз бржу и свестранију имплементацију туризма у планове локалног економског и укупног развоја по принципима одрживог развоја, као и по принципима СВ и РРТ туризма. Студенти ће бити упознати са специфичностима руралних простора и улогом локалног развоја и туризма у очувању руралних области.</p>   |                             |                             |       |
| <b>Садржај предмета</b>  |                             |                             |       |
| <i>Теоријска настава</i>   |                             |                             |       |
| <p>Основна начела и принципи локалног развоја. Глобално vs, локално. Управљање локалним економским развојем. Позиција туризма у структури и функционисању локалне самоуправе. Оспособљавање локалних заједница за развој туризма. Планирање развоја туризма на локалном нивоу. Предузетништво у функцији локалног развоја. Концепт одрживог развоја као водећи принцип развојне политике на локалном нивоу. Међусекторска партнерства у функцији локалног развоја. Облици туризма засновани на локалном развоју. Утицај туризма на трансформацију локалних заједница, простора и локалне економије. Специфичности руралних средина са аспекта локалног развоја. Стратегијско планирање развоја туризма локалних заједница. Основне карактеристике туризма заснованог на локалној заједници и туризма у корист сиромашних. Модели развоја и управљања туризмом на локалној дестинацији.</p>   |                             |                             |       |
| <i>Практична настава</i>   |                             |                             |       |
| Семинарски радови, теренски рад- обилазак локалних заједница и студијски истраживачки рад.   |                             |                             |       |
| <b>Литература</b>  |                             |                             |       |
| Група аутора (2012). <i>Туризам и локални развој, научна монографија</i> . Нови Сад: Факултет за спорт и туризам.  |                             |                             |       |
| Павловић-Крижанић, Т. и Шовљански, Р. (2010). <i>Приручник за стратешко планирање и управљање локалним развојем у Републици Србији</i> . Нови Сад: Кримел.   |                             |                             |       |
| Рамирез, Л. & Кебеде (ур.) (2010). <i>Стратешко планирање локалног развоја, студије случаја малих и средњих европских градова</i> . Београд: UN-HABITAT SIRP.  |                             |                             |       |
| <b>Број часова активне наставе</b>   | <b>Теоријска настава: 2</b> | <b>Практична настава: 2</b> |       |
| <b>Методe извођења наставе</b>   |                             |                             |       |
| Интерактивна предавања. Рад кроз тематске радионице и дискусије на конкретним примерима. Обилазак локалних заједница и упознавање са њиховим функционисањем у циљу анализе. Упознавање са концептима локалног развоја и позицијом туризма на локалном нивоу.   |                             |                             |       |
| <b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>   |                             |                             |       |
| <b>Предиспитне обавезе</b>   | поена                       | <b>Завршни испит</b>        | поена |
| активност у току предавања   | <b>10</b>                   | писмени испит               | 30    |
| колоквијум-и   | <b>20</b>                   | усмени испит                | 20    |
| семинар-и  | <b>20</b>                   |                             |       |



