

Књига предмета

Студијски програм:

Маркетинг, менаџмент и трговина

| | | | |
|---|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Социологија | | | |
| Наставник/наставници: Александар Прњат | | | |
| Статус предмета: обавезни, прва година, први семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Дефинисање основних претпоставки и концепата социологије као научне дисциплине кроз анализе: кључних социолошких теорија, друштвеног груписања и облика друштвене свети и друштвених конфликта. | | | |
| Исход предмета Студенти ће бити у могућности да наведу и представе основне социолошке концепте, претпоставке и теорије, научиће да критички испитају различите друштвене феномене. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Уводни час, упознавање са темама и методама рада 2. Брак и породица 3. Управљање и политика 4. Култура и друштво 5. Религија 6. Модерне организације 7. Прираштај становништва и еколошка криза 8. Раса, етничка припадност и миграције 9. Теоријска мишљења у социологији 10. Рад и привреда 11. Друштвена интеракција и невербална комуникација 12. Социолошки аспекти сиромаштва 13. Масовни медији и комуникације 14. Социолошки аспекти феминизма 15. Социологија преступничког понашања <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Током практичне наставе у виду вежби студенти се деле у групе и учествују у дискусијама, такође, бране самостално написане семинарске радове, кроз које ће показати да су савладали различите социолошке теорије. У оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе различитим социолошким објашњењима друштвених пракси, индивидуалних и институционалних као и другим облицима друштвеног понашања. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гиденс, Е. (2007). <i>Социологија</i>. Београд: Економски факултет Универзитета у Београду. – у целисти <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цефри, А. (2020). <i>Савремени увод у социологију: култура и друштво у транзицији</i>. Београд: Економски факултет Универзитета у Београду. 2. Murji, K., Neal, S., & Solomos, J. (2021). <i>An Introduction to Sociology</i>. Sage Publishing. 3. Tubergen, v F. (2020). <i>Introduction to Sociology</i>. Routledge. | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе На предавањима се користе стандардне методе наставе, уз коришћење савремене дигиталне технологије. На вежбама студенти јавно бране индивидуално писане радова уз дискусије у тимовима. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| Семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Микроекономија | | | |
| Наставник/наставници: Дринка Пековић | | | |
| Статус предмета: обавезни, прва година, први семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање знања о основним микроекономским категоријама, принципима и инструментима у теорији и пракси који омогућавају студентима да успешно савладају градиво из осталих економских дисциплина. Разумевање и анализа понашања појединачних економских субјеката, њихове интеракције и функционисања тржишта кључно је за менаџерско одлучивање и разумевање сложених проблема савремене економије. | | | |
| Исход предмета Студент ће бити оспособљен за теоријску и методолошку анализу значајних микроекономских категорија и законитости која омогућава разумевање понашања и међузависности микроекономских субјеката. Студент ће бити способан за критичко сагледавање функционисања тржишног механизма и успостављених односа микроекономских субјеката на тржишту. Способност одлучивања о мерама неопходним за решавање најважнијих микроекономских проблема. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у микроекономију 2. Тржиште, понуда и тражња 3. Еластичност тражње и понуде 4. Теорија понашања потрошача 5. Производња 6. Трошкови 7. Тржиште потпуне конкуренције 8. Монопол 9. Олигопол и теорија игара 10. Тржиште монополистичке конкуренције 11. Тржиште фактора производње; Тржиште рада 12. Ризик и неизвесност 13. Асиметрична информисаност 14. Екстерни ефекти и јавна добра 15. Информациона технологија <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде анализе студије случаја, разматрају конкретне проблеме различитих тржишних модела, као и проблеме савремене пословне праксе и дају предлоге за њихово решавање. Студенти анализирају примере активности нарушавања конкуренције на тржишту и одређене мере заштите конкуренције. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Хал, В. (2021). <i>Микроекономија средњег нивоа; модеран приступ</i>. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Манкју, Н.Г. & Тејлор, П.М. (2016). <i>Економија</i>. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду. (делови који се односе на микроекономске области) 2. Pindyck, S.R. & Rubinfeld, L.D. (2018). <i>Microeconomics, 9th Edition</i>. London: Pearson. 3. Здравковић, Д., Стојановић, Б., & Радукић, С. (2023). <i>Теорија и политика цена</i>. Ниш: Економски факултет | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе Екс-катедра предавања уз активно учешће студената, анализа студије случаја, дискусије, анализа примера из праксе. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм : ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Енглески језик 1 | | | |
| Наставник: Бранка Ковачевић, Црнишанин Афердита | | | |
| Статус предмета: Обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: Развијање језичких вештина (читање, разумевање текста, говор и писање) неопходних за будуће пословне људе на нижем средњем нивоу учења језика. | | | |
| Исход предмета: Након положеног испита, студен стиче способност течне комуникације на енглеском језику у различитим ситуацијама, са одговарајућим изговором, са нагласком на пословне концепте, пословање у различитим културама, развијање способности за комуникацију на енглеском језику у низу пословних ситуација. | | | |
| Садржај предмета | | | |
| <i>Теоријска настава:</i> | | | |
| У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: | | | |
| 1. Увод у предмет. | | | |
| 2. Unit 1: Gaining experience | | | |
| 3. Unit 1: Present simple. Adverbs of frequency. Preposition of time. | | | |
| 4. Unit 1: Informal emails | | | |
| 5. Unit 2: Customer satisfaction | | | |
| 6. Unit 2: Present continuous. Request. Offers to help. Invitations. | | | |
| 7. Unit 2: Formal letters and emails. | | | |
| 8. Unit 2: Case study: Rock tour | | | |
| 9. Unit 3: Products and process | | | |
| 10. Unit 3: Prepositions and present simple passive | | | |
| 11. Unit 3: Instruction and directions | | | |
| 12. Unit 4: Job interviews and career | | | |
| 13. Unit 4: Past simple. Past continuous | | | |
| 14. Unit 4: Writing: CVs | | | |
| 15. Unit 4: Case study: Onestop job search. | | | |
| <i>Практична настава:</i> | | | |
| Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Наставом је предвиђена анализа студија случајева путем усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), као и кроз употребу видео материјала (интегрисано увежбавање свих језичких вештина), са посебним нагласком на савладавању пословних обичаја, пословне терминологије, културе и економије. | | | |
| Литература | | | |
| <i>Обавезна литература:</i> | | | |
| 1. Ауторизована предавања за предмет Енглески језик 1 објављена на <i>eLearning</i> систему Алфа БК Универзитета, 2022. | | | |
| 2. Alison, J. & Emmerson, P. (2013), <i>The Business 2.0.: B1 Pre-Intermediate Student's Book, 2nd ed.</i> . Oxford: Macmillan Education. | | | |
| <i>Додатна литература:</i> | | | |
| 1. Murphy, R. (2017). <i>Essential Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English – with Answers, 5th ed.</i> . Cambridge, UK: Cambridge University Press. | | | |
| 2. Eastwood, J. (2019). <i>Oxford Practice Grammar Intermediate with Key</i> . Oxford: Oxford University Press. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Граматичке и лексичке вежбе, вежбе усмене и писане продукције, конверзација. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | Поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Основи рачуноводства | | | |
| Наставник/наставници: Драгана Бешлић Обрадовић | | | |
| Статус предмета: Обавезни, друга година, трећи семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: Није постављен | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријско-аналитичких и практичних знања из рачуноводствене методологије, стицање знања и вештине употребе рачуноводствених информација за потребе доношења пословних одлука различитих корисника (инвеститора, кредитора итд.). | | | |
| Исход предмета Оспособљавање студената да на основу теоријске наставе покажу разумевање улоге рачуноводства у контексту деловања и развоја финансијских тржишта, као и користи и лимите који прате употребу рачуноводствених информација; да на основу методолошке наставе овладају основама евидентирања пословних промена, састављањем финансијских извештаја и могућностима и проблемима који представљају изазов за менаџере. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Основна обележја и задаци рачуноводства. 2. Обухватање пословних промена кроз сукцесивне билансе. 3. Конта као метод систематског обухватања пословних промена. 4. Финансијски извештаји. 5. Рачуноводствене промене које утичу на биланс стања и биланс успеха. 6. Инструменти двојног рачуноводства – дневник и главна књига. 7. Инструменти рачуноводства – инвентар, почетни биланс, пробни и закључни лист. 8. Формалан закључак књига и састављање биланса стања и успеха. 9. Прибављање капитала. 10. Рачуноводствени третман залиха. 11. Рачуноводствени третман сталних средстава. 12. Расходи и приходи. 13. Спровођење предзакључних радњи и књижења на дан биланса. 14. Утврђивање и књиговодствено обухватање финансијског резултата. 15. Састављање финансијских извештаја. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. У оквиру ње, врши се састављање почетног биланса стања. Затим се, на конкретним примерима, врши књижење пословних промена које се односе на класу 0 (Уписани а неуплаћени капитал и стална имовина), класу 1 (Залихе и стална средства намењена продаји), класу 2 (Краткорочна потраживања и пласмани, новчана средства и активна временска разграничења), класу 3 (Капитал), класу 4 (Резервисања, обавезе и пасивна временска разграничења), класу 5 (Расходи) и класу 6 (Приходи). Након тога спроводе се предзакључна, закључна књижења и врши се састављање финансијских извештаја. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 2. Шкарић-Јовановић, К. (2021). <i>Финансијско рачуноводство</i>. Београд: Економски Факултет. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жаркић Јоксимовић, Н., Богојевић Арсић, Н., & Дмитровић, В. (2020). <i>Рачуноводство</i>. Београд: Факултет организационих наука 2. Јовић, Д., Милетић, С., Мирковић, Д., & Радић, С. (2021). <i>Збирка задатака из финансијског рачуноводства</i>. Београд: Економски Факултет. 3. Mostyn, R.G. (2017). <i>Basic Accounting: Concepts, Principles, and Procedures, Vols. 1 & 2</i> (2nd Edition). Milpitas: Worthy & James Publishing. | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе: Екс-катедра предавања, дискусионе групе; колоквијуми, студије случаја из праксе | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Економија и финансије | | | |
| Назив предмета: Основе менаџмента | | | |
| Наставник/наставници: Јадин Гостимировић | | | |
| Статус предмета: обавезни, прва година, други семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета | | | |
| Стицање знања о основним теоријама и функцијама менаџмента, као и о основним специфичностима: планирања, организовања, руковођења и контроле у савременом организационом окружењу и са основним изазовима менаџмента у условима убрзаних глобалних промена. | | | |
| Исход предмета | | | |
| Након одслушаног предмета, студенти ће бити у стању да самостално примене стечена теоријска знања о примени основних функција и принципа менаџмента у пракси, да спроводе базичне SWOT анализе у пракси и да уоче различите изазове и етичке дилеме са којима се савремени менаџери могу суочити у пракси. | | | |
| Садржај предмета | | | |
| <i>Теоријска настава</i> | | | |
| У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: Организација: појам, врсте и настанак. Менаџмент: појам и основне функције. Различити теоријски приступи менаџменту. Основне врсте менаџера. Менаџери и менаџерске улоге. Етичке дилеме и етички интезитет у пословном одлучивању. Планирање као функција менаџмента – стратегија и акциони план, SWOT анализа. Организовање и департаментализација. Руковођење као функција менаџмента и стилови руковођења. Увод у менаџмент људских ресурса. Врсте контроле у организацијама. Мотивација и теорије мотивације. Управљање тимовима и тимски рад. Менаџмент и лидерство | | | |
| <i>Практична настава</i> | | | |
| Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја из савремене пословне праксе, дају предлоге за решавање конкретних проблема из савремене пословне праксе. У оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе већ готовим SWOT анализама, пословним стратегијама и акционим плановима, али и да ураде сопствене анализе поменутих елемената познатих домаћих и интернационалних компанија. | | | |
| Литература | | | |
| <i>Обавезна литература</i> | | | |
| 3. Машић, Б. & Целетовић, М. (2021) <i>Увод у менаџмент – принципи, процес и концепти</i> , (друго издање) Београд: Академска мисао – Иновациони центар Факултета безбедности. | | | |
| <i>Додатна литература</i> | | | |
| 1. Вилијамс, Ч. (2011) <i>Принципи менаџмента</i> , Београд: ДатаСтатус. | | | |
| 2. Јовановић, Д, Сајфер, З (2021). <i>Предузетништво и менаџмент кроз историју</i> , Бијељина: Универзитет Бијељина | | | |
| 3. Павловић, К., Вукођански Срдић, Ј. (2022). <i>Управљање у ери комплексности</i> , Задужбина Андрејевић, Београд. | | | |
| 4. Јањушић, Д., Гостимировић, Ј. (2020). <i>Менаџмент у франшизним пословима</i> , Добој: Висока пословно техничка школа. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе | | | |
| Предавања, дискусије, студије случаја, групне и тимске презентације, симулације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | |
| Назив предмета: Основе статистике | | |
| Наставник/наставници: Мимица Милошевић | | |
| Статус предмета: обавезни | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | |
| Услов: нема | | |
| Циљ предмета: <p>СТИЦАЊЕ ТЕОРИЈСКИХ ЗНАЊА И ПРАКТИЧНИХ ВЕШТИНА У КОРИШЋЕЊУ НАУЧНЕ МЕТОДОЛОГИЈЕ У СФЕРИ ПОСЛОВНЕ ЕКОНОМИЈЕ И ФИНАНСИЈА (ОСНОВНИХ ПОЈМОВА И МЕТОДА ЗА ПРИКУПЉАЊЕ, СРЕЂИВАЊЕ, АНАЛИЗУ И ТУМАЧЕЊЕ ПОДАТАКА ЧИМЕ СЕ ОМОГУЋАВА ВИШИ НИВО ЕФИКАСНОСТИ У ДОНОШЕЊУ ПОСЛОВНИХ ОДЛУКА), ПОСЕБНО У СТАТИСТИЧКОЈ АНАЛИЗИ КОЈА ОМОГУЋАВА ИНТЕРПРЕТАЦИЈУ ДОБИЈЕНИХ ПОДАТАКА СА ДОНОШЕЊЕМ ЗАКЉУЧАКА И ФОРМУЛИСАЊЕМ ЗАКОНИТОСТИ ПОНАШАЊА КОЈИ ИМАЈУ ПРАКТИЧНУ ПРИМЕНУ У ОБЛАСТИ У КОЈОЈ СЕ ОБУЧАВАЈУ ЕКОНОМИСТИ.</p> | | |
| Исход предмета: <p>Студенти ће бити оспособљени да користе статистичке појмове и процедуре, који ће бити применљиви у свим економским дисциплинама. Биће у могућности да самостално уређују и обрађују статистичке податке, одређују мере централне тенденције, позиционе мере, мере дисперзије, корелацију и регресију, тестирају статистичке хипотезе.</p> | | |
| Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у статистику. Основни појмови у статистици. Уређивање података и израда табела. 2. Графичко приказивање емпијске расподеле фреквенција. 3. Дескриптивна анализа. Мере централне тенденције – аритметичка, геометријска и хармонијска средина. 4. Позиционе мере – медијана, модус, кватили. 5. Систематизација градива. Припрема за први колоквијум. 6. Мере дисперзије – варијанса, стандардна девијација 7. Релативне мере дисперзије – коефицијент варијације, стандардизовано одступање. 8. Мере облика расподеле – мере асиметрије, мере спљоштености. 9. Систематизација градива. Припрема за други колоквијум. 10. Корелација. Коефицијент корелације. 11. Регресија. 12. Тестирање статистичких хипотеза. Избор хипотезе. Тестирање параметарских хипотеза. 13. Тестирање хипотезе о популационим просечним вредностима два мала независна узорка. 14. Т-тест разлике између аритметичких средина два велика независна узорка. 15. Систематизација градива. Припрема студената за испит. <p><i>Практична настава:</i> У потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Решавају се конкретни задаци из пословног окружења са уређивањем статистичких података и израдом табела. Графички приказују емпијске расподеле фреквенција коришћењем програма Excel. Израчунавају аритметичке, геометријске и хармонијске средине у конкретним пословним задацима. Одређују медијана, модус и кватили. Практична примењују релативне мере дисперзије. Одређују корелације ранга између две независне варијабле, једначине регресионе праве. Практично примењује тестирање хипотезе са два мала независна узорка, са два велика независна узорка.</p> | | |
| Литература: <p><i>Обавезна литература:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Д. Шошкић, & Г. Крстић (2022). <i>Економска статистика</i>, Економски факултет, Београд. <p><i>Додатна литература:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Б. Мутавцић, Е. Н. Ђорић (2018). <i>Статистика</i>, Пољопривредни факултет, Универзитет у Новом Саду. 5. D. Anderson, D. Sweeney, T. Williams, J. Camm, & J. Cochran (2019). <i>Statistics for Bussines and Economics</i>, 14th Edition, Cengage Learning, USA. 6. Милошевић, М. Р., Милошевић, Д. М. (2020). <i>Економска статистика</i>. Београд: Висока школа за пословну економију и предузетништво | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе: Према наведеној структури предмета настава се изводи кроз предавања и вежбе уз коришћење савремених наставних средстава. Предавања су аудиторна и изводе се у амфитеатру са свим студентима. На предавањима ће бити објашњена методологија и концепти по областима са примерима из праксе кроз дискусију са | | |

студентима. Вежбе се изводе са свим студентима у слушаоницама и то: аудиторне, где се даље разрађују поједине теме са предавања; лабораторијске за израду задатака уз рачунарску подршку. Вежбе ће бити усмерене на примере и задатке којима се разјашњавају области са предавања, дискусијом и самосталним излагањем студената.

Оцена знања (максимални број поена 100)

| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
|----------------------------------|--------------|----------------------|--------------|
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| презентација/домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Макроекономија | | | |
| Наставник/наставници: Лидија Маџар | | | |
| Статус предмета: Обавезни, прва година, други семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријских знања и праткичних вештина из области основних макроекономских појмова, модела, агрегата и методологије макроекономске анализе, развијање аналитичког и практичног начина размишљања, као и разумевање суштине националних и глобалних макроекономских кретања. Стицање нових теоријских и практичних сазнања о проблемима незапослености, агрегатној понуди и тражњи, њиховим односима и импликацијама, као и дефинисање значаја тржишта и економске улоге државе за укупан привредни развој једног друштва. | | | |
| Исход предмета Савладавањем овог предмета студенти ће бити оспособљени за анализу и разумевање актуелних националних и глобалних макроекономских кретања, развојних тенденција и могућности антиципације праваца кретања привредних процеса у будућем периоду. Студенти ће бити у могућности и да схвате и интерпретирају основне макроекономске агрегате, законитости и карактеристике производње и друштвено-економског развоја, као и улогу макроекономских субјеката и државе у друштвено-економском развоју земље. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Десет принципа економије. 2. Основни макроекономски проблеми. 3. Привредни систем земље. 4. Бруто домаћи производ и његове компоненте. 5. Мерење трошкова живота и индекс цена на мало. 6. Производња и фактори раста. 7. Агрегатна понуда и агрегатна тражња (АС-АД модел). 8. Незапосленост и природна стопа незапослености. 9. Филипс-Окунов модел. 10. Макроекономска теорија отворене трговине. 11. Макроекономска теорија отворене привреде. 12. Кејнзијанско схватање привредне равнотеже (ИС-ЛМ модел). 13. Савремени правци у макроекономији и инструменти макроекономске политике. 14. Економска политика. 15. Монетарна и фискална политика. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наведене наставне целине из области теоријске наставе. Студенти подељени у групе анализирају актуелне макроекономске проблеме и студије случаја, предлажу решења за уочене практичне проблеме и анализирају националне и глобалне макроекономске показатеље и трендове. Студенти ће индивидуално решавати задатке и израђивати семинарске радове, писане есеје и PowerPoint презентације. Студенти ће водити групне расправе о наведеним практичним проблемима и модалитетима њиховог решавања. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 7. Јакшић, М., Фабрис, Н., & Прашчевић, А. (2022). <i>Основи макроекономије</i>. Београд: Центар за издавачку делатност економског факултета у Београду. (поглавља II, III, IV, V, VI, VIII, IX, X, XI, XIV, XVII и XX) <i>Допунска литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Јакшић, М., Фабрис, Н., & Прашчевић, А. (2022). <i>Основи макроекономије – примери</i>. Београд: Центар за издавачку делатност економског факултета у Београду. (поглавља од I до XVI) 2. Јакшић, М., & Прашчевић, А., (2022). <i>Макроекономска анализа</i>. Београд: Економског факултет 3. Dornbusch, R., Fisher, S., Startz, R., (2017). <i>Macroeconomics</i>, McGrawHill | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе Ex cathedra предавања, групне дебате, студије случаја, симулације. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ПП презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| |
|---|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина |
| Назив предмета: Италијански језик I |
| Наставник/наставници: Биљана Мирчић |
| Статус предмета: изборни, прва година, други семестар |
| Број ЕСПБ: 6 |
| Услов: нема услова |
| <p>Циљ предмета Могућност пружања и тражења основних личних информација, могућност обављања једноставних телефонских разговора. Савладавање основне лексице која ће омогућити полазницима сналажење у једноставним свакодневним ситуацијама. Програм предвиђа и проширивање знања о италијанској култури и начину живота.</p> |
| <p>Исход предмета Достизање нивоа А1 према Заједничком европском оквиру за живе језике. Студент је оспособљен да користи и разуме познате свакодневне изразе и реченице које се односе на задовољавање конкретних потреба. У стању је да представи себе и друге, да постави другим особама питања о њиховој личности као и да одговори на таква питања. У стању је да се споразуме на једноставан начин, ако саговорници говоре споро и јасно и ако су спремни да му помогну.</p> |
| <p>Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице:</p> <p>лекција 1: Primi contatti (Први контакти). Италијанска абецеда, правила читања и писања, представљање, поздравич Личне заменице. Глаголи essere (бити) и chiamarsi (звати се) у презенту. Изражавање порекла/националности. Постављање питања. Глагол avere (имати) у презенту. Елементи из културе: поздрављање у српској и италијанској култури, сличности и разлике.</p> <p>лекција 2: Io e gli altri (Ја и други): Правилни облици презента глагола прве конјугације. Неправилни глагол stare (бити). Неодређени члан мушког и женског рода у једнини. Облици показних заменица или придева questo/a (овај/ова). Сви облици одређеног члана мушког и женског рода у једнини. Изражавање негације. Професије, занимања везана за правну струку. Неправилни глагол fare (радити, чинити). Елементи из културе - Италија: становници, уређење, географски подаци.</p> <p>Лекција 3: Buon appetito! (Пријатно!): Правилни облици презента глагола друге конјугације. Једнина множина именица. Непроменљиве именице. Облици презента неправилног модалног глагола volere (желети, хтети). Облици презента правилних глагола треће конјугације. Облици презента инкоативних глагола. Облици множине одређеног члана у мушком и у женском роду. Елементи из културе: култура исхране у Италији, сличности и разлике у односу на српску културу.</p> <p>Лекција 4: Tempo libero (Слободно време): Како изразити слагање или неслагање. Како причати о слободном времену. Специфичности у конјугацији глагола на -care и -gare и на -cere и -gere у презенту. Облици презента неправилног глагола andare (ићи) и uscire (изаћи). Наглашене и ненаглашене заменице у дативској функцији у једнини и њихова употреба уз глагол piacersi (свиђати се). Негација и случајеви одсуства двоструке негације. Дани у недељи и употреба члана уз њих. Неке од употреба предлога in и a. Елементи из културе: најпосећенији градови и културни споменици у Италији.</p> <p>Лекција 5: In albergo (У хотелу): Облици презента неправилних глагола potere (моћи) и venire (доћи). Облици c'è (има, постоји, налази се) и ci sono (има, постоје, налазе се). Предлози di, a, da, in, su спојени са одређеним чланом.</p> |

15. Употреба модалних глагола. Како причати о одмору: локалитет, смештај, транспорт. месеци у години, редни бројеви од 1 до 10, основни бројеви од 100 па надаље, датуми. Елементи из културе: обичаји и правила понашања у ресторану, сличности и разлике.

Практична настава

Граматичке и лексичке вежбе (cloze, допуњавање, трансформације), вежбе разумевања писаног и усменог текста (вишеструки/двоструки избор, отворена питања), вежбе усмене и писане продукције (role play, вођени

дијалог/монолог, писање састава), видео материјал (интегрисано увежбавање свих језичких вештина).

Литература:

Обавезна литература:

1. Ziglio, L., & Rizzo, G. (2020). *Nuovo espresso 1*, Alma Edizioni Firenze.
2. Ziglio, L., (2015). *Nuovo espresso 1 esercizi supplementari*, Alma Edizioni Firenze.

Додатна литература:

1. Nocchi, S.,(2022). *Nuova grammatica pratica della lingua italiana*, Alma Edizioni Firenze.
2. Клајн, И., (2018). *Италијанско – српски речник*, Завод за уџбенике Београд.

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методe извођења наставе | | | |
| Предавања, вежбе, консултације, редовна употреба аудио и визуелних материјала, комуникативни приступ у настави | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и усмени испит | 30 |
| презентација/домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Шпански језик I | | | |
| Наставник/наставници: Јелена Резничек | | | |
| Статус предмета: Изборни, прва година, други семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: Основни циљ предмета је усвајање теоријских основа шпанског језика, као и њихова практична примена, све у склопу целине хиспанске културе и традиције у оквиру поднивоа А1-1 нивоа А1, у складу са постулатима Заједничког Европског Референтног оквира за живе језике (енгл. Common European Framework of Reference for Languages) | | | |
| Исход предмета: Студент ће умети самостално да се представи, опише свакодневицу, околину која га окружује и влада основним појмовима који се тичу комуникације у савременом шпанском језику. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: 1. Алфабет. Основни поздрави, представљање. Глаголи <i>llamarse, ser, tener, vivir и trabajar</i> . 2. Личне заменице. Упитне заменице. Бројеви до 111. 3. Персирање. Род и број. Називи професија, држава, језика. 4. Опис људи и предмета у околини. Контраст између <i>Está(n)</i> и <i>Hay</i> . Одређени и неодређени члан. 5. Изражавање количине. Лексика домаћинства. Бројеви од 100 до 1001. 6. Квантификатори. Слагање именица и придева у роду и броју. Редни бројеви. 7. Локализација људи и предмета у простору. Превозна средства. Предлози <i>a</i> и <i>en</i> . 8. Градови. Државе. Глаголи <i>ir, viajar, poder, preferir, querer</i> . 9. Туристичка лексика. Типови смештаја. Глаголи <i>ser</i> и <i>estar</i> . 10. Презент правилних глагола (индикатив). 11. Чланови породице. Опис особе. Показни придеви и показне заменице. Присвојни придеви. 12. Одећа. Боје. Изражавање радње у тренутку говора. 13. Изражавање сатнице. Презент неправилних глагола. 14. Делови дана. Дани у недељи. Повратни глаголи: <i>despertarse и vestirse</i> . 15. Месеци у години. Датуми. Прилошке одредбе завреме. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Наставом је предвиђена анализа студија случајева путем усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), као и кроз употребу видео материјала (интегрисано увежбавање свих језичких вештина), са посебним нагласком на савладавању пословних обичаја, пословне терминологије, културе и економије. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> 1. Група аутора. (2020). <i>Frecuencias A1 – Libro del Estudiante</i> (стр. 7-91). Madrid: Edinumen. <i>Додатна литература:</i> 8. RAE & ASALE. (2019). <i>Gramática y ortografía básicas de la lengua española</i> . Barcelona: Espasa. 9. Група аутора. (2019). <i>Граматика савременог шпанског</i> . Нови Сад: Lingea. 10. Валожић, Ј. (2018). <i>Шпанско-српски и српско-шпански речник</i> . Београд: Завод за уџбенике. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Граматичке и лексичке вежбе, вежбе усмене и писане продукције, конверзација. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и/или усмени испит | 30 |
| Презентација / Домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|--------------|---|--------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Врста и ниво студија: Основне академске студије | | | |
| Назив предмета: Принципи маркетинга | | | |
| Наставник: Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: обавезни, друга година, трећи семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: Упознавање са основним претпоставкама, постулатима и критеријумима деловања маркетинга; функционисање система размене у модерном бизнису, коришћење принципа маркетинга и маркетиншки стратешки обрасци за обезбеђење опстанка и развоја фирме у савременом динамичном окружењу; упознавање са интегрисаним истраживачким методама и техникама са кључним маркетиншким концептима ради унапређења тржишне и развојне позиције фирме и осигурања дугорочно одрживе диференцијалне предности. | | | |
| Исход предмета: Оспособљавање студената за разумевање маркетинга као пословне функције и примену знања пракси; самостално анализа тржишта; предвиђање тражње и продаје и др. | | | |
| Садржај предмета: | | | |
| <i>Теоријска настава:</i> | | | |
| <p>Увод у маркетинг. Преглед развоја теорије маркетинга. Дефиниција маркетинга, стратешко планирање и маркетинг као процес. Маркетинг окружење (микро и макро окружење, стејкхолдери, фактори-економски, политички, друштвени, технолошки, демографски и културни). Понашање потрошача и купаца (примена бихејвиоралних и когнитивних принципа у маркетингу). Појам тржишта. Сегментација, таргетирање, позиционирање за конкурентску предност. Маркетинг односа са потрошачима. Стратегија производа и услуга. Вредност, бренд, имовина бренда. Развој новог производа и животни циклус производа. Иновације и моделирање степена иновације производа. Концепт маркетинг микса (4Р) и модификације истог у маркетингу услуга. Формирање цена производа. Дистрибуција и логистички менаџмент. Промоција и рекламирање. Интегрисана маркетинг комуникација. <i>On-line</i> маркетинг. Глобално тржиште и друштвени маркетинг. Корпоративна друштвена одговорност и маркетинг етика.</p> | | | |
| <i>Практична настава:</i> | | | |
| <p>Разматрање животног циклуса производа на различитим примерима. Како постићи ефективну комбинацију елемената маркетинг микса? Анализа интегрисаних маркетиншких комуникација са аспекта различитих фаза животног циклуса производа. Примена интернета као средства комуникације у глобалном окружењу (анализа на примерима светских компанија). Пројекат: истраживање степена примене нових технологија на тржишту Србије.</p> | | | |
| Литература: | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Јелена, Филиповић (2022): <i>Принципи маркетинга</i> – треће допуњено и измењено издање, Економски факултет, Београд; 2. Filip Kotler, Veronika Vong, Džon Sonderson, Geri Armstrong (2017): <i>Principi marketinga</i>, МАТЕ доо.; 3. Горан, Дашић,(2020): <i>Принципи маркетинга</i>, Висока школа модерног бизниса, Београд; 4. Марија Томашевић Лишанин, Селма Кадић-Маглајлић, Никола Драшковић (2019): <i>Принципи продаје и преговарања</i>, Економски факултет, Загреб; 5. Вељковић, С., (2018): <i>Маркетинг услуга</i>, Економски факултет, Београд. | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 Практична настава: 3 | |
| Методе извођења наставе: <i>ex</i> катедра; дискусионе групе; семинари; колоквијуми; анализа случаја из праксе. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе: | поена | Завршни испит | Поена |
| присуство и ктивност на настави | 10 | писмени и/или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Пословне финансије | | | |
| Наставник/наставници: Сузана Балабан | | | |
| Статус предмета: Обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријских и практичних знања о специфичностима везаним за пословне финансије, о временској вредности новца, финансијској анализи, оптималној структури и цени капитала, финансијском левериџу, инвестиционим пројектима као и о управљању обртним капиталом и краткорочним изворима финансирања. | | | |
| Исход предмета Оспособљавање студената за активно укључивање у финансијско пословање предузећа. Студенти ће бити у могућности да овладају основним принципима и механизмима функционисања пословних финансија, самостално обављају активности везане за пословне финансијама, као и да боље разумеју и адекватно тумаче резултате финансијских анализа. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у пословне финансије 2. Временска вредност новца и новчаних токова. 3. Основни појмови везани за финансијску анализу 4. Показатељи ликвидности и показатељи управљања имовином. 5. Показатељи управљања дугом и показатељи тржишне вредности 6. Показатељи профитабилности. 7. Пословни и финансијски левериџ. 8. Оптимална структура и цена капитала. 9. Оцена инвестиционих пројеката 10. Диверзификација инвестиционог портфолиа 11. Управљање краткорочним изворима финансирања и потраживањима од купаца 12. Управљање готовином. 13. Управљање залихама. 14. Дивидендна политика 15. Спајање/припајање и продаја дела предузећа <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности следи теоријске наставне јединице. Студенти дају велики број идеја на основу којих се организују кратке дискусије у циљу долажења до конкретног решења задатог проблема. Студенти у мањим групама решавају студије случаја. Студенти се деле на неколико група и свака од њих истражује задату тему или постављена питања из области управљања финансијама. Студенти критички приступају области финансијске анализе са циљем самосталног обављања исте уз помоћ примера из праксе. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 11. Балабан, С. (2022). <i>Пословне финансије</i>. Београд. Алфа БК Универзитет. 12. Тодоровић, М. & Иванишевић, М. (2017). <i>Пословне финансије</i>. Београд. ЦИД Економски факултет у Београду – поглавља 15 и 16 <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Besley, S. & Brigham, E.F. (2015). <i>Poslovne finansije – CFIN</i>, Beograd: Data Status – поглавље 13 2. Тодоровић, М. (2015). <i>Пословно и финансијско реструктурирање предузећа</i>. Београд. ЦИД Економски факултет у Београду – поглавље 4 3. Mc Laneу, E. (2017). <i>Business Finance: Theory and Practice</i>, 11th Edition, Pearson – part 2 4. Обрадовић, В. (2021). <i>Финансијско извештавање</i>. Крагујевац: Економски факултет. 5. Крстић, Ј., Јездимировић, М., & Ђукућ, Т., (2016). <i>Финансијско рачуноводство</i>, Ниш: Економски факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе Предавања, дискусије, студије случаја, тимске презентације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| презентација/домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Енглески језик 2 | | | |
| Наставник: Бранка Ковачевић, Маја Сук | | | |
| Статус предмета: Обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Енглески језик 1 | | | |
| Циљ предмета: Развијање језичких вештина (читање, разумевање текста, говор и писање) неопходних за будуће пословне људе на нижем средњем нивоу учења језика. | | | |
| Исход предмета : Након положеног испита, студент стиче способност течно комуникације на енглеском језику у различитим ситуацијама, са нагласком на пословне концепте, пословање у различитим културама, развијање способности за комуникацију на енглеском језику у низу пословних ситуација. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: 1. Уводно предавање. 2. Unit 5: Marketing and selling 3. Unit 5: Comparatives and superlatives. Countable and uncountable nouns. 4. Unit 5: 'Selling' changes 5. Unit 6: Entrepreneurship 6. Unit 6: Modal verbs 7. Unit 6: Agendas and minutes 8. Unit 6: Case study: Solar Mobile 9. Unit 7: Business costs 10. Unit 7: Future forms and first conditional 11. Unit 7: Asking for payment 12. Unit 8: Global trade 13. Unit 8: Present perfect. Present perfect <i>since</i> and <i>for</i> . 14. Unit 8: Progress reports 15. Unit 8: Case study: An international opportunity <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Наставом је предвиђена анализа студија случајева путем усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), као и кроз употребу видео материјала (интегрисано увежбавање свих језичких вештина), са посебним нагласком на савладавању пословних обичаја, пословне терминологије, културе и економије. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> 3. Ауторизована предавања за предмет Енглески језик 2 објављена на <i>eLearning</i> систему Алфа БК Универзитета, 2022. 4. Alison, J. & Emmerson, P. (2013), <i>The Business 2.0.: B1 Pre-Intermediate Student's Book, 2nd ed.</i> . Oxford: Macmillan Education. <i>Додатна литература:</i> 3. Murphy, R. (2017). <i>Essential Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English – with Answers, 5th ed.</i> . Cambridge, UK: Cambridge University Press. 4. Eastwood, J. (2019). <i>Oxford Practice Grammar Intermediate with Key</i> . Oxford: Oxford University Press. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Граматичке и лексичке вежбе, вежбе усмене и писане продукције, конверзација.. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | Поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|--------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Академске вештине | | | |
| Наставник: Саша Степановић | | | |
| Статус предмета: обавезан, прва година, први семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Циљ предмета је да пружи студентима стицање базичних знања која се тичу рада у академској заједници. Студенти се подучавају вештинама академског писања, критичког мишљења и читања, усменог презентовања и дебатовања, основним начелима академског поштења, као и основама дигиталне писмености. Циљ предмета је да омогући студентима стицање и унапређивање меких вештина које ће им помоћи у изградњи успешне академске и пословне каријере. | | | |
| Исход предмета Исход предмета се састоји у овладавању основним академским вештинама, што подразумева да ће студенти овладати са стандардима академске честитости и академског интегритета; биће оспособљени да самостално проналазе изворе и академску литературу; да знају како да приступе проучавању одабране литературе, затим да разумеју, науче да издвајају, обједине и организују прикупљене податке; суочавају их и критички проматрају; овладају вештином академског писања и усменог представљања и дебатовања; савладају основе информатичке писмености потребне за израду и презентовање писаних радова. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у академске вештине, 2. Академски и неакадемски садржај, 3. Академско читање и писање; 4. Елементи научног рада, 5. Проналажење и навођење извора и литературе, 6. Појам академске честитости и проблем плагирања; 7. Одабир адекватне теме за писани рад; 8. Комуникационе вештине 9. Принципи усменог презентовања и дебатовања, 10. Презентовање задатог садржаја, 11. Основе информатичке писмености, 12. Уређивање текста, 13. Образовни циљеви, 14. Академско читање: унакрсна анализа различитих текстова и критички осврт на њих, 15. Дебатовање и дискусија. <i>Практична настава:</i> Проналажење извора и литературе; академско читање, структура и елементи научног рада; критичко тумачење и разумевање текста; правила цитирања и навођења литературе; бележење, сажимање, препричавање и цитирање текста, обрада текста, припрема презентације и усмено представљање; коришћење електронских ресурса при истраживању теме и писању рада; дебатовање и дискусија. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Umberto, E. (2020). <i>Kako se piše diplomski rad</i>. Beograd: Narodna knjiga/Alfa. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Šećibović, M. (2015). <i>Akademске вештине</i>. Beograd: HESPERIAedu. 2. Hopkins, D., & Reid, T. (2018). <i>The academic skills handbook: your guide to success in writing, thinking and communicating at university</i>, SAGE. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 | |
| Методе извођења наставе Предавања уз активно учешће студената на теоријској и практичној настави. Презентације, кратки тестови провере знања. Индивидуалан рад студената кроз јавну одбрану писаних радова и дискусије у тимовима. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Пословно право | | | |
| Наставник/наставници: Слободан Вукадиновић | | | |
| Статус предмета: обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање знања у вези са оснивањем привредних субјеката, њиховим обележјима, пословањем, променама и престанком, функционисањем у пракси, закључивањем трговинских уговора, као и са правним оквирима пословања и пословног одлучивања. Поред тога, циљ је стицање систематизованих практичних знања неопходних за разумевање и решавање конкретних проблема у пословању и развој креативних способности и овладавање правним вештинама у закључивању трговинских послова, у складу са савременим правцима развоја пословања. | | | |
| Исход предмета Оспособљавање студента да стечено знање из области пословног права могу да користе у практичном приступу решавања појединих правних питања и налажењу адекватног начина за реализацију одређене пословне ситуације. Студенти ће стећи знања и способности потребне за обављање послова у привредним субјектима и другим институцијама. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Појам и предмет пословног права. 2. Извори права. Основна начела. Место пословног права у систему права. 3. Привредни субјекти. Регистрација привредних субјеката. 4. Предузетник. Појам и врсте привредних друштава. 5. Оснивање, чланови, правни субјективитет и имовина привредних друштва. 6. Обележја привредних друштва. Заступници. Оргачко друштво. Командитно друштво. Друштво са ограниченом одговорношћу. Акционарско друштво. 7. Промена правне форме и статусне промене. Престанак привредног друштва, стечај и ликвидација. 8. Уговори у привреди. Обележја уговора о привреди. 9. Уговор и продаји. Уговор о налогу. Уговор о посредовању. 10. Уговор о трговинском заступању. Уговор о комисиону. Уговор о контроли. 11. Уговор о шпедицији. Уговор о превозу. Уговор о грађењу. 12. Уговор о лиценци. Уговор о франшизингу. 13. Осигурање као делатност и уговор о осигурању. 14. Банкарски послови – кредитни, депозитни и услужни послови, акредитив, банкарска гаранција. 15. Хартије од вредности – меница и чек. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности праги наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја из праксе и давања предлога за решавање конкретних проблема. У оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе неопходним за овладавање правним вештинама у закључивању послова, у складу са савременим правцима развоја пословања. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перишић, С. (2022) <i>Пословно право</i>, Мегатренд Универзитет, Београд <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 2. Дабих, Љ., Спиновић, Јовановић Ј. (2022). <i>Пословно право</i>, Економски факултет Универзитета у Београду, Београд 3. Јовановић, Н., Радовић, В., Радовић, М. (2021). <i>Компанијско право - Право привредних субјеката</i>, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 | |
| Методe извођења наставе: Предавања, анализа случаја из праксе, презентације семинарских радова, дискусије | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Економија и финансије | | | |
| Назив предмета: Међународна економија | | | |
| Наставник/наставници: Лидија Маџар | | | |
| Статус предмета: Обавезни, друга година, четврти семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријских знања и практичних вештина из основа теорије међународне економије, функционисања међународних финансијских и трговинских организација, процеса глобализације, мултилатералних и плурилатералних правила међународне трговине, као и из основних облика кретања међународног капитала. Разумевање класичних и савремених теорија и принципа развоја међународне трговине, значаја савремених технолошких токова, улоге и понашања савремених међународних пословних субјеката, али и функционисања и задатака међународног монетарног система и врста девизних курсева. | | | |
| Исход предмета Савладавањем овог предмета студенти ће бити оспособљени да критички промишљају, као и да анализирају и разумеју комплексне актуелне глобалне економске проблеме и кретања. Студенти ће бити у стању да схвате и интерпретирају основне функције и принципе деловања релевантних регионалних и глобалних финансијских и трговинских организација, као и ефекте трговинског протекционизма у односу на либерализацију, деловања савремених МНК и ТНК на глобалну привреду, основних облика кретања међународног капитала и функционисања савременог међународног монетарног система. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: Увод у међународну економију. Процес глобализације у савременој светској привреди. Историја и токови међународне трговине. Класичне теорије међународне трговине. Савремене теорије међународне трговине. Политика међународне трговине у савременој светској привреди. Институционално уређење међународног трговинског окружења и Уругвајска рунда преговора. Светска трговинска организација. Девизно тржиште и системи девизних курсева. Међународни монетарни систем. Институционализација међународне монетарне сарадње: ММФ и Група Светске банке. Облици кретања међународног капитала (СДИ, портфолио инвестиције и зајмовни капитал). Технолошки токови у савременом свету. Друге релевантне међународне организације. <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе анализирају актуелне међународне економске и геостратешке проблеме и студије случаја, проналазе њихове узроке и решења. Студенти подељени у групе разматрају националне и глобалне трговинске политике, разлоге за њихово вођење и практичне импликације. Студенти ће индивидуално решавати задатке и израђивати семинарске радове, писане есеје и PowerPoint презентације. Студенти ће такође водити и групне дебате о наведеним практичним проблемима из домена међународне економије, њиховим глобалним импликацијама и модалитетима њиховог решавања. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература</i> 13. Маџар, Л. (2022). <i>Трговински аспекти међународне економије</i> . Београд: Алфа БК универзитет – поглавља од I до VIII 14. Маџар, Л., Балабан, С. и Симић М. 2023. <i>Финансијски и монетарни аспекти међународне економије</i> . Београд: Алфа БК универзитет <i>Допунска литература</i> 1. Салваторе, Д. (2018). <i>Међународна економија</i> . Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду – поглавља XII, XIV, XV и XXI. 2. Gregori, P. R., & Stuart, R. S. (2015). <i>Globalna ekonomija i njeni ekonomski sistemi</i> . Beograd: CIDEkonomskog fakulteta u Beogradu 3. Радојевић, Т. (2022). <i>Међународна економија</i> . Београд: Универзитет Сингидунум | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 | |
| Методе извођења наставе Ex cathedra предавања, групним анализаме, дебате, студије случаја | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ПП презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Италијански језик 2 | | | |
| Наставник: Мирчић Биљана | | | |
| Статус предмета: Изборни, друга година, четврти семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: успешно савладано градиво и положен испит из предмета Италијански језик 1 | | | |
| Циљ предмета Оспособљавање полазника за пружање информација о сопственом животу и навикама о сопственом или туђем физичком изгледу и карактерним особинама. Проширивање базичног вокабулара, могућност разговора о блиским и познатим темама и активностима, могућност писања краћих, једноставних порука и личних писама, затим могућност разумевања краћих текстова. ецимо огласа, краће личне преписке и сл. Даље проширивање знања о италијанској култури и начину живота. | | | |
| Исход предмета савладан други ниво знања у учењу страног језика (А2 – према европском референтном оквиру за живе језике). Студент разуме реченице и често употребљаване изразе који се тичу информација о личности, куповини, навикама и непосредном окружењу. У стању је да се споразуме у једноставним ситуацијама које се односе на размену информација о познатим и уобичајеним стварима. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> 1. лекција: In giro per l'Italia (Путовање кроз Италију): Облици множине неодређеног члана за мушки и женски род. Множина именица и придева на -со и -го. Слагање именица и придева. Описивање и изражавање просторних односа. Облици и употреба презента модалних глагола dovere (морати, требати) и sapere (умети). Спајање предлога и чланова. Употреба предлога са временским и просторним значењем. Елементи из културе: саобраћајни термини. 2. лекција: Andiamo in vacanza! (Хајдемо на одмор!): Како причати о догађајима из прошлости и разумети опис таквих догађаја. Сложено прошло време (passato prossimo): правилни и неправилни облици и употреба. Временски прилози и предлози за изражавање прошлости. Облици апсолутног суперлатива. Облици и употреба неодређеног придева qualche (неки, понеки). Елементи из културе: путовање у Италију. 3. лекција: Sapori d'Italia (Укуси Италије): Ненаглашени облици личних заменица у функцији објекта и партизивна заменица ne. Како описати разне врсте продавница. Како обавити куповину. Партизивни члан: облици и употреба. Безлична конструкција са заменицом si. Како причати о сопственим навикама у исхрани. Елементи из културе: типични италијански прехранбени производи. 4. лекција: Vita quotidiana (Свакодневни живот): Како причати о свакодневним навикама и обавезама. Презент повратних глагола. Начин грађења прилога од придева. Временски прилози за изражавање фреквентности. Повратни глаголи у прошлом времену 1. Елементи из културе: стереотипи о Италијанима, италијански празници 5. лекција: La famiglia (Породица): Како причати и писати о породици и породичним навикама. Присвојни придеви: облици и употреба. Релативни суперлатив. Употреба члана уз присвојне придеве. Прошло време повратних глагола 2. Како причати о поклонима и обичајима приликом венчања. Узрочне реченице: разлика у употреби везника perchè и siccome. Елементи из културе: најфреквентнији италијански гестови. <i>Практична настава</i> Граматицке и лексичке вежбе (cloze, допуњавање, трансформације), вежбе разумевања писаног и усменог текста (вишеструки/двоструки избор, отворена питања), вежбе усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), видео материјал (интегрисано увежбавање свих језичких вештина | | | |
| Литература <ul style="list-style-type: none"> • Ziglio, L., Rizzo, G. 2020: Nuovo espresso 1, <i>Alma Edizioni</i> Firenze • Ziglio, L., 2015: Nuovo espresso 1 esercizi supplementari, <i>Alma Edizioni</i> Firenze • Nocchi, S., 2022: Nuova grammatica pratica della lingua italiana, <i>Alma Edizioni</i> Firenze • Клајн, И., 2018: Италијанско – српски речник, <i>Завод за уџбенике</i> Београд • Pegoraro, C., Paccagnella, V. 2020: Davvero italiano. Vivere e pensare all'italiana, <i>Alma Edizioni</i> Firenze | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методe извођења наставе Предавања, вежбе, консултације, редовна употреба аудио и визуелних материјала, комуникативни приступ у настави | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и усмени испит | 30 |
| презентација/домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Назив предмета: Шпански језик 2 | | | |
| Наставник/наставници: Јелена Резничек | | | |
| Статус предмета: Изборни, друга година, четврти семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Положен предмет Шпански језик 1 | | | |
| Циљ предмета Основни циљ предмета је упознавање студената са основама шпанског језика, хиспанске културе и традиције у оквиру поднивоа А1-2 нивоа А1, у складу са постулатима Заједничког Европског Референтног оквира за живе језике (енгл. Common European Framework of Reference for Languages). | | | |
| Исход предмета Студент уме самостално да се изрази, како у садашњем, тако и у прошлом времену, опише свет око себе и савладао је у потпуности основни А1 ниво комуникације у савременом шпанском језику. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Теоријска настава у потпуности прати уџбеник, као и целине дате у његовом садржају (лекције 6-10). Предмет је тематски подељен на две велике групе: лексичко-комуникациони део и граматички део, чије су целине апсолутно уклопљене. Лексичко-комуникациони део, наставне јединице: Слободно време и хоби активности. Лексика везана за храну: називи јела, пића, дијалог у ресторану, рецепти. Изражавање планова и пројеката у будућности, као и жеља и савета. Изражавање мишљења. Медицински термини: људско тело, симптоми, болести, стање духа. Грамаатички део, наставне јединице: Глаголи <i>gustar, encantar, interesar</i> . Глаголски изрази са инфинитивом. Императив. Pretérito perfecto (индикатив). Неодређени придеви и неодређене заменице. <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати целине које су обрађене у оквиру теоријске наставе. Студенти самостално, кроз низ задатака и вежби, уоквирују своје теоријско знање. | | | |
| Литература 1. Група аутора, <i>Frecuencias A1 – Libro del Estudiante</i> , Edinumen, Madrid, 2020. 2. RAE & ASALE, <i>Gramática y ortografía básicas de la lengua española</i> , Espasa, Barcelona, 2019. 3. Група аутора, <i>Грамматика савременог шпанског</i> , Lingea, Нови Сад, 2019. 4. Валожић, Л., <i>Шпанско-српски и српско-шпански речник</i> , Завод за уџбенике, Београд, 2018. 5. Ковачевић Петровић, Б. & Блатешић, А., <i>Савремене тенденције у шпанској и италијанској филологији у Србији</i> , зборник радова, Филозофски факултет, Нови Сад, 2021. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе Настава је подељена на предавања и вежбе, такође ће и настава на даљину бити омогућена. Најзаступљеније методе наставе биће метода демонстрације, метода анализе и конкретизације, као и интерактивна метода рада. Пратеће методе рада су и самостално истраживање и рад у групама. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и/или усмени испит | 30 |
| Презентација / Домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата | | | |

| | | | |
|--|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Банкарски менаџмент | | | |
| Наставник/наставници: Маријана Јоксимовић | | | |
| Статус предмета: Обавезни, друга година, четврти семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стећи знања о суштини банкарског пословања и савременим методама управљања у банкама и сродним финансијским организацијама. Разумевања проблема функционисања савременог банкарства. | | | |
| Исход предмета Оспособљеност за самосталну и стручну анализу пословања банке, изградњу и коришћење информационе основе за одлучивање, управљање кредитним и тржишним ризицима, као и припремање стратегијских одлука у области управљања тржишном позицијом банке, интерног версус екстерног раста и степена специјализације, у правцу максимизације тржишне вредности банке. Оспособљавање студената за практично укључивање у послове управљања банкарским пословањем. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Принципи банкарског менаџмента; 2. Методолошки аспекти банкарског менаџмента; 3. Банкарски послови, лизинг, 4. Банкарски биланси и агрегати; 5. Управљање пасивом банке; 6. Депозитни и недепозитни потенцијал банке; 7. Кредитни потенцијал банке; 8. Управљање активом банке; 9. Кредитни пласмани привреди; 10. Управљање ризицима у банкарству; 11. ВаР, кредитирање становништва, 12. Међународни Фишеров ефекат, 13. Међународне финансијек институције (БИС, ММФ, WB) 14. Базел I 15. Базел II, Базел III <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти су подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја из савремене пословне праксе, дају предлоге за решавање конкретних проблема из савремене пословне праксе. У оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе већ готовим анализама, пословним стратегијама и акционим плановима, али и да ураде сопствене анализе, као што су: израчунавање профитабилности, ликвидности и солвентности хипотетичке банке, дефинисање проблема оптимизације (рачунске вежбе); послови са сефовима банке НН, анализа биланса стања и биланса успеха банке НН, структура пасиве банке НН, валутна структура финансијских извора банке НН, РЕПО аранжмани НБС (студије случаја); израчунавање кредитног потенцијала (рачунске вежбе); структура активе банке НН (студија случаја); кредитна анализа зајмопримца НН, брокерски послови банке НН (студије случаја); анализа кредитне понуде привреди у БСС, анализа кредитне понуде становништву у БСС (групна дискусија). | | | |
| Литература <i>Обавезна литература</i> 15. Капор, П. & Јоксимовић, М. (2015) <i>Банкарство</i> , Београд: Универзитет Џон Хезбит. <i>Додатна литература</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вуњак, Н. & Ковачевић, ЈБ (2016) <i>Банкарство: Банкарски менаџмент</i>, Суботица: Економски факултет у Суботици, 2. Wernz, J. (2020) <i>Bank Management and Control: Strategy, Pricing, Capital and Risk Management</i>, 2nd Edition, Springer. | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 |
| Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, студије случајева. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад/ презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Предузетништво | | | |
| Наставник/наставници: Дражен Њ. Јовановић | | | |
| Статус предмета: Обавезни, трећа година, пети семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: Нема | | | |
| Циљ предмета Циљ предмета је стицање теоријских знања из области предузетништва и иновација, да студенти препознају и усвоје предузетничку филозофију, користе предузетничке процесе и разумеју предузетничку личност и иновативност као стратешку предност на свим нивоима пословања. Циљ је синтеза свих ових сазнања и постизање креативног контекста осмишљавања нових пословних подухвата уз оспособљавање студената да самостално препознају пословну прилику и преведу је у организовани пословни процес. Студенти ће се упознати са конкретном елаборацијом пословног процеса кроз документе пословног плана и планирања. | | | |
| Исход предмета Исход предмета су усвојена теоријска знања из предузетништва и иновација; студенти су овладали концептом и терминологијом предузетничке области; оспособљени су за разумевање значаја пословне прилике, ресурса и тима, иновација и креативности као способности за стварање нових идеја и нових начина решавања проблема; оспособљени су да самостално препознају реалну пословну прилику и преведу је у реални пословни процес; оспособљени су за разумевање значаја ризика у предузетничким активностима креирања нових пословних подухвата; овладали су вештинама самосталне израде бизнис плана и његове имплементације у пракси. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Појмовно одређење и дефиниције предузетништва; 2. Теорије о предузетништву; 3. Иновације и основни принципи иновативног понашања; 4. Креативност и иновације; 5. Утицај иновација на раст и развој; 6. Предузетнички процес; Окружење за предузетништво; 7. Пословна прилика или повољност; 8. Ресурси и тимови; Основни показатељи за предузетничко одлучивање; 9. Анализа ризика предузетничког подухвата; 10. Методологија бизнис планирања; 11. Пословна комуникација; 12. Врсте предузетништва; 13. Бизнис инкубатори; Кластери; 14. Паркови (индустријски, научни, технолошки, истраживачки); 15. Предузетнички бизнис у савременим условима пословања. <i>Практична настава:</i> Студије случаја; Израда бизнис плана; Радионица виртуелног предузећа, Симулација пословних ситуација. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 16. Јовановић, Д, Сајферт, З, (2021). <i>Предузетништво и менаџмент кроз историју</i>, Универзитет "Бијељина", Бијељина. 17. Никитовић З, Вујичић С, (2019). <i>Предузетништво</i>, Висока школа за пословну економију и предузетништво, Београд. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 18. Авлијаш Р, Авлијаш Г, (2021). <i>Предузетништво</i>, Универзитет Сингидунум, Београд. 19. Петковић, С, (2021). <i>Предузетништво и иновације у дигиталној ери</i>, Универзитет у Бања Луци, Економски факултет, Бања Лука. 20. Крстић М, (2017). <i>Управљање иновацијама</i>, Висока школа за пословну економију и предузетништво, Београд. 21. Фигар, Н., (2015). <i>Предузетништво</i>, Ниш: Економски факултет. | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 |
| Методе извођења наставе: Интерактивна теоријска и практична настава, базиране на примерима из теорије и праксе. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Канали маркетинга | | | |
| Наставник/наставници: Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: Обавезни, трећа година, пети семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: | | | |
| <p>Циљ предмета је разумевање промена у традиционалном одвијању токова у каналима маркетинга и трговини, глобализацији тржишта и примени електронских и дигиталних технологија које утичу на изградњу нових тржишних структура и природу економске размене између произвођача и потрошача. Кроз наставне садржаје у оквиру предмета, студенти ће стећи неопходна теоријска знања и практичне вештине из области изградње структуре канала маркетинга, функцијама које обављају чланови канала маркетинга, еволуцији институција и теоријама њиховог настанка, успона и опадања на тржишту, као и о функционисању канала маркетинга у савременим тржишним условима.</p> | | | |
| Исход предмета: | | | |
| Студенти ће бити оспособљени за: рад на пословима промета робе и услуга; управљање савременим каналима маркетинга, са посебним акцентом на трговини; решавање практичних проблема у односима између бројних чланова, институција и актера у каналима маркетинга. | | | |
| Садржај предмета: | | | |
| <i>Теоријска настава:</i> | | | |
| У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Појам, значај и функције тржишта. 2. Дефинисање канала маркетинга 3. Учесници у каналима маркетинга. 4. Остали учесници у каналима маркетинга. 5. Изградња структуре канала маркетинга. 6. Управљање каналима маркетинга. 7. Окружење канала маркетинга. 8. Спровођење анализе окружења канала маркетинга. 9. Планирање и дизајн канала маркетинга. 10. Управљање, анализа и контрола у каналима маркетинга. 11. Институције канала маркетинга. 12. Међународни канали маркетинга 13. Електронски канали маркетинга. 14. Савремени тржишни услови и функционисање канала маркетинга. 15. Међусобни однос економског окружења и функционисања канала маркетинга. | | | |
| <i>Практична настава:</i> | | | |
| Практична настава у потпуности прати наставне целине теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде анализе студија случаја из савремене пословне праксе, одговарају на адекватна питања и дају решења за постављене реалне тржишне проблеме. У оквиру практичне наставе студенти ће радити симулације реалних ситуација из савременог тржишног окружења, на примерима компанија из привреде. | | | |
| Литература: | | | |
| <i>Обавезна:</i> | | | |
| 22. Ловрета, С., Петковић, Г., Кончар, Ј. и Богетић, З. (2019). <i>Канали маркетинга</i> . Београд, Економски Факултет Универзитета у Београду. ИСБН 978-86-403-1467-1. | | | |
| <i>Додатна:</i> | | | |
| 23. Rausch-Phan, M.T. & Siegfried, P. (2022). <i>Sustainable Supply Chain Management - Learning from the German Automotive Industry</i> . Cham, Switzerland, Springer. ISBN 978-3-030-92155-2. | | | |
| 24. Ловрета, С., Петковић, Г., Богетић, З. и Стојковић, Д. (2020). <i>Трговински маркетинг и продаја</i> . Београд, Економски Факултет Универзитета у Београду. ИСБН 978-86-403-1620-0. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе: Анализе студија случајева, презентације, вербално-текстуалне и илустративно-демонстративне методе | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Енглески језик 3 | | | |
| Наставник: Бранка Ковачевић | | | |
| Статус предмета: Обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Енглески језик 2 | | | |
| Циљ предмета: Развијање језичких вештина (читање, разумевање текста, говор и писање) неопходних за будуће пословне људе на вишем нивоу учења језика. | | | |
| Исход предмета: Након положеног испита, студент стиче способност тачне комуникације на енглеском језику у различитим ситуацијама, са нагласком на пословне концепте, пословање у различитим културама, развијање способности за комуникацију на енглеском језику у низу пословних ситуација | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: 1. Уводно предавање. 2. Unit 1: Corporate culture 3. Unit 1: Past tenses and advice structures 4. Unit 1: Writing a placement report 5. Unit 2: Customer support; 6. Unit 2: Asking questions and giving instructions. Dealing with problems by telephone. 7. Unit 2: Formal and informal correspondence 8. Unit 2: Case study: St. John Beach Club 9. Unit 3: Products and packaging 10. Unit 3: Relative clauses, articles and noun combination 11. Unit 3: Writing product description 12. Unit 4: Careers 13. Unit 4: Present tenses 14. Unit 4: Writing a CV 15. Unit 4: Case study: Jeddah Royal Beach Resort <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Наставом је предвиђена анализа студија случајева путем усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), као и кроз употребу видео материјала (интегрисано увежбавање свих језичких вештина), са посебним нагласком на савладавању пословних обичаја, пословне терминологије, културе и економије. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> 5. Ауторизована предавања за предмет Енглески језик 3 објављена на <i>eLearning</i> систему Алфа БК Универзитета, 2022. 6. Alison, J. & Emmerson, P. (2014), <i>The Business 2.0.: B1 + Intermediate Student's Book, 2nd ed.</i> . Oxford: Macmillan Education. <i>Додатна литература:</i> 1. Murphy, R. (2017). <i>Essential Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English – with Answers, 5th ed.</i> . Cambridge, UK: Cambridge University Press. 2. Eastwood, J. (2019). <i>Oxford Practice Grammar Intermediate with Key</i> . Oxford: Oxford University Press. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Граматичке и лексичке вежбе, вежбе усмене и писане продукције, конверзација. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | Поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Економија и финансије | | | |
| Назив предмета: ОРГАНИЗАЦИОНО ПОНАШАЊЕ И КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА | | | |
| Наставник/наставници: Дражен Јовановић | | | |
| Статус предмета: изборни, трећа година, пети семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета | | | |
| <p>Стицање знања о основним елементима индивидуалног и групног понашања у организацијама, као и основним карактеристикама корпоративне културе у савременим условима пословања; њихово опремање потребним теоријским и практичним знањима и вештинама, које омогућавају лакше разумевање савременог корпоративног окружења, убрзаних организационих промена и бољу прилагодљивост новом пословном окружењу.</p> | | | |
| Исход предмета | | | |
| <p>Након одслушаног предмета, студенти ће бити у стању да самостално примене стечена теоријска и практичка знања из области корпоративне културе, понашања у организацији, пословних комуникација и других области које се обрађују предметом. Захваљујући интерактивном приступу, студенти ће кроз разне видове симулација бити у стању да након одслушаног предмета боље разумеју континуиране промене у пословном окружењу, чиниоце који утичу на настанак и промене корпоративне културе, као и различите критеријуме пожељног индивидуалног, групног и тимског понашања, који су детерминисани различитим организационим и социокултурним факторима.</p> | | | |
| Садржај предмета | | | |
| <i>Теоријска настава</i> | | | |
| <p>У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: Основне карактеристике савремене пословне организације и настанак науке о организационом понашању и корпоративној култури. Фактори који утичу на понашање запослених у организационом окружењу. Мотивација и корпоративна култура. Понашање у групама и тимовима – специфичности групног и тимског рада у организацијама. Моћ, ауторитет и организациона политика. Појам и типови корпоративне културе. Глобализација и промене корпоративне културе. Утицај корпоративне културе на процес одлучивања. Култура пословних комуникација. Утицај корпоративне културе на настанак конфликта у организацијама. Етичке компоненте у савременој корпоративној култури.</p> | | | |
| <i>Практична настава</i> | | | |
| <p>Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја из савремене пословне праксе, анализирају конкретне типове корпоративне културе у најпознатијим мултинационалним компанијама у различитим индустријама и праве предлоге конкретних решења примењивих у националном привредном оквиру.</p> | | | |
| Литература | | | |
| <i>Обавезна литература</i> | | | |
| <p>25. Вукоњањски Срдић, В. (2025) <i>Организација, организационо понашање и култура</i>, Алфа БК Универзитет, Београд</p> <p>26. Џамић, В., (2021) <i>Организационо понашање и корпоративна култура</i>, Београд: Универзитет Сингидунум.</p> | | | |
| <i>Додатна литература</i> | | | |
| <p>1. Шај, О. (2019). <i>Индустријска организација</i>. Београд: Економског факултет</p> <p>2. Robbins, S. & Judge, T. (2018) <i>Organizational Behavior</i>, 18th edition, Pearson.</p> <p>3. Schein, E. & Schein, P. (2017) <i>Organizational Culture and Leadership</i>, 5th edition, Wiley.</p> | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 |
| Методe извођења наставе | | | |
| Предавања, дискусије, студије случаја, групне и тимске презентације, симулације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Економија и финансије | | | |
| Назив предмета: Савремено тржиште рада | | | |
| Наставник/наставници: Дринка Пековић | | | |
| Статус предмета: изборни, трећа година, пети семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета | | | |
| <p>Стицање теоријских знања о основним појмовима економије рада, савременим трендовима и факторима који утичу на трендове на тржишту рада. Стицање способности разумевања стања и промена које се дешавају на међународном и националном тржишту рада како би ефикасније доносили одлуке везане за управљање људским ресурсима.</p> | | | |
| Исход предмета | | | |
| <p>Студент ће бити оспособљен за анализу стања и трендова на тржишту рада као и ефеката предузетих активних мера и примењених политика запошљавања. Студент ће моћи да разуме повезаност тржишта рада и управљања људским ресурсима у организацијама. Способност критичког сагледавања постојећих и препознавање будућих тенденција на тржишту рада као и услова под којима ће послодавци запошљавати раднике и развијати њихове потенцијале.</p> | | | |
| Садржај предмета | | | |
| <i>Теоријска настава</i> | | | |
| <p>У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: Увод у економију рада, тржиште рада и актери на тржишту рада; Понуда рада и тражња за радом; Инвестирање у људски капитал; Образовање и тржиште рада; Тржиште рада и управљање људским ресурсима; Мобилност рада – флукуација и миграције; Дискриминација на тржишту рада; Положај рањивих група на тржишту рада; Незапосленост; Активне мере на тржишту рада у борби против незапослености; Институције на тржишту рада; Политика запошљавања; Карактеристике тржишта рада у Европској унији; Карактеристике тржишта рада у Србији; Будући трендови на тржишту рада; Тржиште рада и одрживи развој</p> | | | |
| <i>Практична настава</i> | | | |
| <p>Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе анализирају студије случаја. На основу података студенти анализирају стање и проблеме на тржишту рада уз организовање дискусија о могућим решењима. Студенти критички приступају анализи мера и политика које се примењују на тржишту рада.</p> | | | |
| Литература | | | |
| <i>Обавезна литература</i> | | | |
| <p>27. Борхас, Ц. (2019). <i>Економија рада</i>. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета. 28. Пековић, Д. (2024). <i>Економија тржишта рада</i>. Београд: Алфа БК Универзитет.</p> | | | |
| <i>Додатна литература</i> | | | |
| <p>1. Јеремић, ЈБ. (2016). <i>Савремено тржиште рада</i>. Београд: Универзитет Сингидунум. 2. Јандрић, М. (2019). <i>Тржиште рада у макроекономској теорији</i>. Београд: Економског факултета 3. Арандаренко, М. (2017). <i>Тржиште рада у Србији: трендови, институције, политике</i>. Београд: Економског факултета 4. Ehrenberg, G.R., Smith, R. & Hallock, F.K.(2021). <i>Modern Labor Economics: Theory and Public Policy</i>. Oxford: Routledge Taylor & Francis Group.</p> | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методе извођења наставе | | | |
| Екс-катедра предавања уз активно учешће студената, анализа студија случаја, дискусије, анализа примера из праксе. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Спољна трговина | | | |
| Наставник/наставници: Милица Симић | | | |
| Статус предмета: Изборни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 9 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: <p>СТИЦАЊЕ ТЕОРИЈСКИХ И ПРАКТИЧНИХ ЗНАЊА ИЗ ОБЛАСТИ СПОЉНОТРГОВИНСКИХ РОБНИХ ТРАНСАКЦИЈА, ПРИ ЧЕМУ ЈЕ АКЦЕНАТ СТАВЉЕН НА СПОЉНОТРГОВИНСКИМ ОПЕРАЦИЈАМА КОЈЕ ПРАТЕ ПОСАО РЕДОВНОГ ИЗВОЗА И УВОЗА РОБЕ, КАО И НА РАЗУМЕВАЊУ МЕЂУНАРОДНИХ ТРГОВИНСКИХ ТРАНСАКЦИЈА.</p> | | | |
| Исход предмета <p>Оспособљеност за развој бизниса кроз спољнотрговинске послове, овладавање техником спољнотрговинског пословања у свим сегментима различитих врста послова са иностранством, као и техником плаћања према иностранству и наплате девизног прилива. Разумевање, уочавање, формулисање и решавање сложенијих проблема у спољној трговини. Доношење одлука на оперативном и тактичком нивоу. Примењивање стручних знања у пракси. Адаптирање новим пословним условима. Презентовање, заступање и комуникација у различитим ситуацијама. Способност за рад у тиму.</p> | | | |
| Садржај предмета: <p><i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у теорије међународног пословања 2. Међународно пословање и спољнотрговинске робне трансакције; 3. Специфичности спољнотрговинског посла; 4. Организација спољнотрговинских послова; 5. Методе уговарања спољнотрговинских послова; 6. Учесници у спољнотрговинским пословима; 7. Спољнотрговинска политика и спољнотрговинска мрежа; 8. Царински систем и спољнотрговинско пословање; 9. Међународне трговинске институције; 10. Ризици у спољнотрговинском пословању; 11. Финансирање спољнотрговинских послова; 12. Преговарање у спољнотрговинском пословању; 13. Редован извоз робе припрема, понуда, калкулација цена, врсте цена); 14. Редован извоз робе (упит за понуду, избор конкурентне понуде); 15. Електронска технологија и спољнотрговинско пословање. <p><i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе анализирају актуелне спољнотрговинске и геостратешке проблеме и студије случаја, проналазе њихове узроке и решења. Студенти подељени у групе разматрају увозно-извозне трговинске политике, разлоге за њихово вођење и практичне импликације. Студенти ће индивидуално решавати задатке и израђивати семинарске радове, писане есеје и PowerPoint презентације. Студенти ће такође водити и групне дебате о наведеним практичним проблемима из домена спољнотрговинског пословања, њиховим глобалним импликацијама и модалитетима њиховог решавања.</p> | | | |
| Литература: <p><i>Обавезна литература:</i> 29. Козомара, Ј. (2018). <i>Основе међународног пословања</i>. Економски факултет у Београду, Београд.</p> <p><i>Додатна литература:</i> 1. Василева, А. (2018). <i>Међународни бизнис - савремени облици и глобални изазови</i>. Центар за стратешке прогнозе, Београд. (поглавље II) 2. Бјелић, П. (2022). <i>Међународна трговина</i>. Београд: Економског факултет 3. Марковић, И., Тодоровић, М., (2017). <i>Спољнотрговинско и царинско пословање</i>, Ниш: Економски факултет</p> | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе: Ex cathedra предавања, групне анализе, дебате. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад, презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Економија и финансије | | | |
| Назив предмета: Основи информационих технологија | | | |
| Наставник/наставници: Јелена Стојановић | | | |
| Статус предмета: обавезни, трећа година, шести семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријских знања и практичних вештина у области информационих технологија, разумевање ширих опсега основних појмова у рачунарству, који су неопходни за дефинисање рада савремених информатичких средстава у областима пословања, менаџмента, финансија, трговине, и маркетинга. | | | |
| Исход предмета Студенти ће бити оспособљени за: разумевање структуре и рада рачунара ; способност практичног коришћења логике и буловске алгебре за извођење закључака, за кодирање бројева, слова, текста, и слика у рачунарима ; разумевање појма информације и информационог капацитета ; разумевање појма алгоритма, способност анализе и бележења алгоритама ; разумевање рада рачунарских мрежа и способност описивања основних карактеристика рачунарских комуникација ; познавање појмова информационих система, базама података, рачунарству у облаку, аналитичка обрада велике количине података, и вештачке интелигенције. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: Математичка логика и буловска алгебра, логичке операције, таблично и алгебарско представљање ; Бинарни бројни систем и аритметика бројева у бинарном бројном систему ; Представљање слова и текста у информатици, Јуникод, UTF8, представљање слика, звука, видеа ; Основни појмови о информацији, количина података и капацитет складишта за податке, компресија података ; Алгоритми, представљање алгоритама, дијаграм тока, реализација алгоритама , софтвер ; Организација и структура рачунара, процесор, меморија, периферне јединице, циклус извршења наредби, рад процесора ; Коришћење рачунара, оперативни системи, интеракција човек-рачунар, мултимедија; Рачунарске мреже, мрежни протоколи, ИП бројеви, домени ; Информациони системи, базе података ; Мрежни сервис, веб, информациони системи у облаку - клауд; Криптографија, заштита података, шифре, функције сажетка, електронски потписи , заштита информационих система ; Анализа података, обрада велике количине података - биг дата, вештачка интелигенција <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе и реализује се у оквиру аудиторних вежби и вежби на рачунарима ради усвајања практичних знања из софтверских пакета за рад са подацима и базама података. Усвајање знања се проверава кроз практичан рад на рачунару у рачунарском центру. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> 1. Ковачевић, И. (2021). <i>Дискретна математика</i> . Београд : Сингидунум. 2. Стојменовић, М., Веиновић, М. & Марковић, Д. (2021). <i>Информатика</i> . Београд : Сингидунум. 3. Вучковић, Д. и Благојевић, Б. (2025) <i>Основе информационих технологија</i> , Алфа БК Универзитет, Београд <i>Додатна литература:</i> 1. Његуш, А. (2021). <i>Пословни информациони системи</i> . Београд : Сингидунум. 2. Magal, S. R., & Word, J. (2009). <i>Essentials of Business Processes and Information Systems</i> . Wiley 3. Evans, A., Martin, K., & Poatsy, M. A. (2019). <i>Technology in action, 16th edition</i> . Pearson. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Предавања, рачунске вежбе, показне вежбе. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и/или усмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Пословне комуникације | | | |
| Наставник/наставници: Александра Перовић | | | |
| Статус предмета: изборни, трећа година, шести семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Указати на значај међуљудске комуникације, организационе комуникације, пословне комуникације и вештине преговарања као важних елемената успешног пословања, као и пружање одговарајуће практичне помоћи студентима у процесу остваривања бољих пословних резултата. | | | |
| Исход предмета Пратећи теоријску и практичну наставу студенти би требали да: науче и усвоје сву важност и нужност ефикасног комуницирања с јавношћу значајном за функционално пословање организације; се упознају са препрекама и препорукама за успешну комуникацију; савладају избегавање конфликта у пословној комуникацији; се упознају са пословним бонтоном; се упознају са принципима и методама пословног преговарања; примене стечена знања у циљу општег успешног пословања. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Појам и значај комуницирања; 2. Комуникациони процес; 3. Подела и карактеристике комуникације; 4. Интраперсонална комуникација; 5. Интерперсонална комуникација; 6. Вербална комуникација; 7. Невербална комуникација; 8. Комуницирање у организацији; 9. Комуницирање у групи; 10. Пословна комуникација; 11. Значај и појам преговарања; 12. Комуникација и масовни медији; 13. Препреке и препоруке за успешну комуникацију; 14. Комуникација и манипулација; 15. Цензурисање комуникационих порука. <i>Практична настава:</i> Облици рада на вежбама подразумевају: примере везане за пређене наставне јединице на предавањима; групне и појединачне дискусије студената на решавању конкретних примера из праксе уз презентацију решења; различити начини провере знања (домаћи задаци, тимски пројекат, тест знања). | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перовић, А. (2021). <i>Пословна комуникација-Комуникација у спорту</i>, Београд: Алфа БКУниверзитет <i>Допунска литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Капор-Стануловић, В. (2017). <i>Комуникологија за менаџере</i>, Нови Сад: Факултет техничких наука (поглавља 2 до 5) 2. Lehman, С.М., & DuFrene, D.D. (2015), <i>Poslovna komunikacija (BCOM)</i>, Beograd: Data Status 3. Цветковски, Т. & Цветковска-Томановић, В. (2017). <i>Пословна комуникација у савременим условима пословања</i>, Београд: Универзитет Џон Незбит | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе Предавања, дискусије, хеуристички разговор, симулације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Економија | | | |
| Назив предмета: Електронско пословање | | | |
| Наставник/наставници: Јелена Стојановић | | | |
| Статус предмета: Изборни, трећа година, шести семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета <p>Стицање теоријских знања и о технолошким, инфраструктурним, организационим, економским, правним, социјалним и осталим аспектима савремене економије и практичних вештина потребних за реализацију нових пословних процеса. Користећи богат међународни контекст, кроз студије случаја, студент ће стећи знање о широкој групи питања почев од инфраструктурне основе, преко економских предности и ограничења, регулаторног оквира, креирања поверења потрошача у пословање преко мреже, до формирања глобалних ланаца вредности у светској привреди.</p> | | | |
| Исход предмета <p>Студенти ће бити у могућности да се боље укључе у битно промењено савремено пословно окружење и нове начина комуницирања и рада на даљину. Са стеченим знањима из овог предмета студенти постају оспособљени грађани за савремено информационо друштво јер могу боље функционисати и реализовати своје пословне и животне обавезе, или забаву и контакте.</p> | | | |
| Садржај предмета <p><i>Теоријска настава</i> Теоријска настава је подељена у следеће наставне целине: Нове технологије Четврте и Пете индустријске револуције (облак, биг дата, интернет ствари, социјалне мреже), дигитализација предузећа, увод у е-трговину и е-пословне стратегије, електронска veleпродаја и електронска тржишта, пословни модели електронске малопродаје, мобилна трговина и банкарство, сигурност и плаћања у е-трговини, интернет маркетинг и његови алати, реинжењеринг предузећа које прелази на е-пословање, кадровски изазови дигитализације пословања, етички, социјални, правни и политички аспекти е-пословања.</p> <p><i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти су подељени у групе и раде симулације и анализе студија случаја. Такође, на часовима вежби студенти ће стећи искуство у коришћењу интернет технологија и начина на који могу да уз помоћ интернет ресурса решавају задатаке из савремене пословне праксе и у новим дигиталним пословним моделима.</p> | | | |
| Литература <p><i>Обавезна литература</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Видас-Бубања, М. (2021). <i>Модели и технологије е-пословања</i>. Београд: Београдска академија пословних и уметничких струковних студија. <p><i>Додатна литература</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Видас-Бубања, М. (2020). <i>Интернет маркетинг</i>. Београд: Београдска академија пословних и уметничких струковних студија. 2. Нешић, З., Денић, Н., Стојановић, Ј. (2023). <i>Интелигентни системи за подршку пословању</i>. Чачак: Факултет техничких наука у Чачку, Универзитет у Крагујевцу 2. Laudon, С.К. & Traver, С.Г. (2022). <i>E-commerce 2020-2021 - business, technology, society</i>, global edition. Boston: Pearson. 3. Turban, Е. et al. (2018). <i>E-commerce 2018 – A Managerial and Social Networks Perspective</i>. Springer 4. Стојковић, Д. & Докић, А. (2022). <i>Електронска трговина у Србији</i>. Београд: Економски факултет, Центар за издавачку делатност. 5. Станкић, Р. (2021). <i>Електронско пословање</i>. Београд: Економског факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методe извођења наставе предавања, аудиторне вежбе и практичан рад у рачунарским лабораторијама, комбинација предавања, презентација и дискусија као и проучавање случајева успешних реализација е-пројеката у свету. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација/ | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Управљачко рачуноводство | | | |
| Наставник/наставници: Драгана Бешлић Обрадовић | | | |
| Статус предмета: Изборни, трећа година, шести семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 9 | | | |
| Услов: Основи рачуноводства | | | |
| Циљ предмета Упознавање студената са информационим потребама доносиоца пословних одлука, приступу трошковима при доношењу пословних одлука. | | | |
| Исход предмета Након савладавања предметне материје студенти ће бити оспособљени да разумеју организацију као систем активности; информације које су неопходне доносиоцима пословних одлука на различитим нивоима одлучивања; однос између трошкова, обима и профита; пословне активности; приступ оцењивању и избору оптималних пословних стратегија са циљем минимизирања трошкова. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Предузеће као пословно-финансијска и правна целина. Активности менаџмента предузећа и информациона основа за њихово обављање. Финансијско и управљачко рачуноводство као структурни елементи рачуноводственог информационог система предузећа. Трошкови, приходи и учинци као елементи управљачког рачуноводства. Утицај система обрачуна по стварним трошковима на периодични резултат и методологија обрачуна по стварним трошковима. Традиционални системи обрачуна трошкова и њихов утицај на периодични резултат: Обрачун по старим трошковима; Обрачун по стандардним трошковима; Обрачун по стандардним варијабилним трошковима. Нови (савремени) системи, концепти, методе и технике третирања трошкова и мерења перформанси предузећа. Рачуноводство трошкова као информациона основа за формирање политике продајних цена. Доношење појединачних пословних одлука на бази информација: Традиционалног рачуноводства трошкова; Обрачуна трошкова по активностима; Теорије ограничења. Информациона основа за мерење перформанси центра одговорности. Информациона подршка мотивационог система предузећа. <i>Практична настава</i> Решавање практичних задатака; Симулација пословних ситуација; Семинарски радови. | | | |
| Литература 1. Малинић, Д., Милићевић, В., Стевановић, Н. 2019. <i>Управљачко рачуноводство</i> , Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета (in Serbian). ИСБН: 9788640314770. 2. Малинић, Д., Милићевић, В., Глишић, М. 2022. <i>Управљачко рачуноводство – Збирка задатака</i> , Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета (in Serbian). ИСБН: 978-86-403-1478-7. 3. Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., Foster, G. 2018. <i>Управљачко рачуноводство и рачуноводство трошкова</i> , четврто издање, Загреб: Мате (in Croatian). ИСБН: 978-953-246-377-4 4. Garisson, R., Noreen, E., Brewer, P. 2021. <i>Managerial Accounting</i> , 17th Edition, New York: McGraw-Hill/Irwin. ISBN10: 1260247783 / ISBN13: 9781260247787. 5. Закони и прописи из области рачуноводства. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе Екс-катедра предавања, дискусионе групе; колоквијуми, студије случаја из праксе | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |
| *максимална дужна 2 странице А4 формата | | | |
| Методe извођења наставе: Екс-катедра предавања, дискусионе групе; колоквијуми, студије случаја из праксе | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Финансијска тржишта и берзе | | | |
| Наставник/наставници: Сузана Балабан | | | |
| Статус предмета: Изборни | | | |
| Број ЕСПБ: 9 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стицање теоријских и практичних знања о специфичностима везаним за финансијска тржишта и берзе, учесницима и предмету берзанског пословања, мотивима инвестирања на берзи, берзанским пословима, стратегијама трговања на берзи, као и најзначајнијим берзама у свету. | | | |
| Исход предмета Оспособљавање студената за активно укључивање у берзанско пословање. Након упознавања са основним појмовима берзанског пословања, студенти ће бити у могућности да схвате принципе и механизме функционисања финансијских тржишта и берзи, самостално обављају активности везане за анализу дешавања на појединим берзама. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Појам и карактеристике финансијских тржишта и берзи. 2. Учесници на финансијским тржиштима и берзама. 3. Предмет трговине на финансијским тржиштима и берзама. 4. Мотиви инвестирања на берзи. 5. Берзански послови. 6. Дугорочне хартије од вредности као берзански материјал. 7. Краткорочне хартије од вредности као берзански материјал. 8. Финансијски деривати 9. Основне стратегије трговања на берзи. 10. Комплексне стратегије трговања на берзи. 11. Котирање на берзи. 12. Заштита инвеститора на берзи. 13. Инвестициони фондови 14. Најзначајније берзе на свету и берзански индекси 15. Београдска берза. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности следи теоријске наставне јединице. Студенти дају велики број идеја на основу којих се организују кратке дискусије у циљу долажења до конкретног решења задатог проблема. Студенти у мањим групама решавају студије случаја. Студенти се деле на неколико група и свака од њих истражује задату тему или постављена питања из области берзанског пословања. Студенти критички приступају области анализе пословања на најзначајнијим светским берзама. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 30. Шошкић, Д. & Живковић, Б. (2018). <i>Финансијска тржишта и институције</i>. Београд. ЦИД Економски факултет у Београду. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ерић, Д. (2021). <i>Финансијска тржишта Х.О.</i> Београд. Дата Статус. 2. Шошкић, Д. (2021). <i>Хартије од вредности – Управљање портфолиом и инвестициони фондови</i>. Београд: Економског факултет 3. Mishkin, S. F. & Eakins, S. G. (2018). <i>Financial markets and Institutions</i>. 9th Edition. Pearson. 4. Крстић, Ј. & Ђукућ, Т. (2018). <i>Збирка задатака из финансијског рачуноводства</i>, Ниш: Економски факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 | |
| Методе извођења наставе: Предавања, дискусије, студије случаја, групне и тимске презентације, симулације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| презентација/домаћи задатак | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Бренд менаџмент | | | |
| Наставник/наставници: Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: Обавезни, четврта година, седми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: Разумевање улоге, значаја и специфичности примене бренд менаџмента у компанијама. Циљ предмета је и да студенти стекну неопходна теоријска знања и практичне вештине, која ће им омогућити успешно решавање реалних привредних проблема. Студенти треба да се оспособе да примењују алате, технике и концепте бренд менаџмента у компанијама. | | | |
| Исход предмета: Након савладаних наставних јединица из предмета Бренд менаџмент, студенти ће бити у могућности да: владају самостално алатима и концептима управљања брендovima у компанијама; да са критичког становишта утичу на креирање, развој, одржавање и унапређење вредности бренда за потрошаче; да примењују стечена знања и вештине у реалним тржишним условима конкретних компанија; као и да сопственим истраживачким радом дођу до информација о брендovima компанија. Студенти ће бити оспособљени да своју аргументацију по питању управљања брендovima заступају у различитим пословним ситуацијама. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепт и карактеристике бренда. 2. Историјски развој концепта бренда. 3. Категоризација и врсте брендова. 4. Бренд идентитет. 5. Позиционирање брендова. 6. Процес бренд менаџмента. 7. Развој елемената бренда. 8. Вредност бренда. 9. Дигитално брендирање. 10. Архитектура бренда. 11. Екстензија бренда. 12. Управљање портфолиом брендова. 13. Животни циклус бренда. 14. Мерење вредности бренда. 15. Савремено тржишно окружење и бренд менаџмент. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати теоријске наставне јединице. Студенти имају задатак да кроз анализе студија случајева из савремене праксе прате развој и управљање брендovima, дају своје предлоге и решења за постављене привредне проблеме из домена управљања брендом. | | | |
| Литература: <i>Обавезна:</i> <ol style="list-style-type: none"> 31. Цицварић Костић, С., и Штавланин, В. (2020). <i>Бренд менаџмент: креирање препознатљиве вредности</i>. Београд, Факултет организационих наука, ИСБН 978-86-7680-369-9. <i>Додатна:</i> <ol style="list-style-type: none"> 32. Keller, K.L. & Swaminathan, V. (2019). <i>Strategic Brand Management: Building, measuring, and managing Brand Equity, Global Edition</i>. Pearson. ISBN 978-12-923-1496-9. 33. Виријевић Јовановић, С. (2015). <i>Бренд менаџмент</i>. Београд, Чигоја штампа. ИСБН 978-86-531-0180-0 34. Filip Kotler, F., & Keler, K.L. (2017). <i>Marketing menadzment</i>, 15. Izdanje, Beograd: Data Status, | | | |
| Број часова активне наставе | | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе: Анализе студија случајева, презентације, вербално-текстуалне и илустративно-демонстративне методе | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ презентација/ | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Маркетинг услуга | | | |
| Наставник/наставници: Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: обавезни, четврта година, седмисеместар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета: Разумевање основних елемената маркетинг услуга неопходних за управљање очекивањима потрошача, развој тржишта, дизајнирање услужне понуде, управљање испоруком и политиком цена у сектору услуга, уважавајући расположиве људске и материјалне ресурсе, односно технологију. Студенти у реалним тржишним условима треба успешно да управљају очекивањима и сатисфакцијом потрошача, односно да схвате неопходност координације свих функција у циљу имплементације концепта маркетинг услуга. | | | |
| Исход предмета: Након одслушањог предмета, студенти ће бити у стању да: стечена теоријска и практична знања примене самостално у реалним тржишним условима; да дизајнирају услужну понуду, управљају очекивањима потрошача и анализирају тржишне могућности; да управљају ценовном и политиком дистрибуције услуга, као и контролом квалитета у услужним делатностима. Студенти постају оспособљени да јасно уоче разлике између маркетинга физички опипљивих добара и маркетинга услуга. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у услужну економију и маркетинг услуга. 2. Појам и карактеристике услуга. 3. Управљање маркетинг инструментима у сектору услуга. 4. Управљање капацитетима и тражњом у услужном сектору. 5. Понашање потрошача у сектору услуга. 6. Сатисфакција корисника услуга. 7. Истраживање тржишта услуга. 8. Услужни квалитет и мерење задовољства корисника услуга. 9. Изградња и управљање односима са потрошачима. 10. Креирање услужног производа. 11. Услужни амбијент у функцији маркетинг микса услуга. 12. Интегрисане маркетинг комуникације у услужној организацији. 13. Активности услужне компаније у ситуацијама незадовољства потрошача. 14. Карактеристике и специфичности маркетинга услуга у дигиталном окружењу. 15. Маркетинг услуга у савременом тржишном окружењу. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Студенти подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја и израду презентације конкретног пројекта на задату тему на примеру компанија из сектора услуга, дају предлоге за решавање конкретних проблема из сектора услуга. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вељковић, С. (2018). <i>Маркетинг услуга</i>. Београд, Економски факултет Универзитета у Београду, ИСБН 978-86-403-1554-8. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 2. Љубојевић, Ч. и Дејановић, А. (2019). <i>Менаџмент и маркетинг услуга</i>. Београд, Висока школа модерног бизниса, ИСБН 978-86-876-7719-7. 3. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022). <i>Services marketing: people, technology, strategy, 9th edition</i>. New Jersey, World Scientific Publishing Co. Inc. ISBN 978-19-446-5979-0. 4. Вељковић, С. (2015). <i>Директни маркетинг</i>, Београд: Економски факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Вербално-текстуалне и илустративно-демонстративне методе, анализе студија случајева, презентације. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Енглески језик 4 | | | |
| Наставник: Бранка Ковачевић | | | |
| Статус предмета: Обавезни | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Енглески језик 3 | | | |
| Циљ предмета: Развијање језичких вештина (читање, разумевање текста, говор и писање) неопходних за будуће пословне људе на вишем нивоу учења језика. | | | |
| Исход предмета: Након положеног испита, студент стиче способност течне комуникације на енглеском језику у различитим ситуацијама, са нагласком на пословне концепте, пословање у различитим културама, развијање способности за комуникацију на енглеском језику у низу пословних ситуација | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: 1. Уводно предавање. 2. Unit 5: Making deals 3. Unit 5: Conditionals and recommendations 4. Unit 5: Writing a proposal 5. Unit 6: Company and community 6. Unit 6: The passive and reported speech 7. Unit 6: Reports and minutes. Linking words and expressions. 8. Unit 6: Meetings, ethical behaviour and social performance 9. Unit 7: Mergers and acquisitions 10. Unit 7: Future forms and expressing likelihood 11. Unit 7: Presentation slides 12. Unit 8: International trade 13. Unit 8: Prepositions. Dependent prepositions. 14. Unit 8: Request and reminders 15. Unit 8: Case study: International deals and payments. <i>Практична настава:</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Наставом је предвиђена анализа студија случајева путем усмене и писане продукције (role play, вођени дијалог/монолог, писање састава), као и кроз употребу видео материјала (интегрисано увежбавање свих језичких вештина), са посебним нагласком на савладавању пословних обичаја, пословне терминологије, културе и економије. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> 7. Ауторизована предавања за предмет Енглески језик 4 објављена на <i>eLearning</i> систему Алфа БК Универзитета, 2022. 8. Alison, J. & Emmerson, P. (2014), <i>The Business 2.0.: B1 + Intermediate Student's Book, 2nd ed.</i> . Oxford: Macmillan Education. <i>Додатна литература:</i> 5. Murphy, R. (2017). <i>Essential Grammar in Use: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English – with Answers, 5th ed.</i> . Cambridge, UK: Cambridge University Press. 6. Eastwood, J. (2019). <i>Oxford Practice Grammar Intermediate with Key</i> . Oxford: Oxford University Press. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 2 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Граматичке и лексичке вежбе, вежбе усмене и писане продукције, конверзација. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | Поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: ЕКОНОМСКЕ ИНТЕГРАЦИЈЕ И РЕГИОНАЛНА ПОЛИТИКА | | | |
| Наставник/наставници: Милица Симић | | | |
| Статус предмета: Изборни, четврта година, седми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: Нема | | | |
| Циљ предмета: Циљ предмета је да омогући студентима свеобухватну анализу економске позадине процеса економских интеграција. <i>Упознавање студената са настанком и развојем Европске заједнице, од париског и римског споразума до стварања економске и монетарне уније; о свим институционалним решењима, као и начинима на који се до њих дошло, као и осталих економских интеграција попут ЕАЕУ, НАФТЕ, ЗНД, БСЕЦ, ЦАРИЦОМ, МЕРЦОСУЛ, УНАСУЛ, АСЕАН, АПЕЦ, ЦОМЕСА, ЕЦОВАС, УДЕАЦ, АМУ, БРИКС.</i> Циљ предмета је да упозна студенте са различитим теоријским и практичним аспектима једног од најактуелнијих трендова у савременој међународној економији – процеса економског интегрисања. Програм обухвата разноврсне активности у настави којима је циљ да студентима пружи потребна знања о економским интеграцијама, њеним институцијама, користима и вредностима које имају земље приступањем овим важним економијама. | | | |
| Исход предмета По завршетку предавања студенти ће бити у могућности да значајније разумеју појмове које обухватају економске интеграције, стручну терминологију из ове области, уз могућност да сами анализирају актуелна збивања и учинак глобалних регионалних економских система који се све више удружују и спајају у једну већу агломерацију, као и да се активно укључе у сам процес интегрисања. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <i>Разматрање појма економских интеграција. Облици регионалних економских интеграција. Европске интеграције- иницијативе и процеси. Евроазијске интеграције (Заједница независних држава ЗНД, Организација за црноморску економску сарадњу БСЕЦ, Организација за економску сарадњу). Америчке интеграције (НАФТА, АЛАДИ, Група Рио, МЕРЦОСУЛ, УНАСУЛ). Азијске интеграције (Интеграција Голфа, САФТА, Интеграције региона Индијског океана, АСЕАН, АФТА, АПЕЦ). Афричке интеграције (ЦОМЕСА, САЦУ, ЕЦОВАС, УДЕАЦ).</i> <i>Практична настава</i> <i>Разматрање студије случајева. Тестови за сваку методску јединицу са образложењима тачних одговора. Тестови "тачно-нетачно" за кључне појмове и дефиниције. Израда семинарских радова. Индивидуалан рад студената кроз излагање семинарских радова и дискусије у тимовима.</i> | | | |
| Литература 1. Ковачевић, Р. 2020. <i>Економски односи Србије са иностранством.</i> Економски факултет у Београду, Београд. 2. Фуртула, С. & et al. 2021. <i>Могућности и перспективе привреде Републике Србије у процесу европских интеграција.</i> Економски факултет у Крагујевцу, Крагујевац. 3. Деспотовић, Д. & et al. 2020. <i>Актуелни макроекономски и микроекономски аспекти европских интеграција Републике Србије.</i> Економски факултет у Крагујевцу, Крагујевац. 4. Поповић Петровић, И. & Бјелић, П. 2018. <i>Европска трговинска интеграција.</i> Економски факултет у Београду, Београд. 5. Симић, М., Кузман, Б. & Вуковић, П. 2021. <i>Значај спољнотрговинске размене агроиндустријских производа Републике Србије и чланица Евроазијске економске уније.</i> Институт за економику пољопривреде, Београд. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 3 | |
| Методе извођења наставе Предавања: вежбе; колоквијуми; тестови; часови семинара (презентација и дискусија семинарских радова студената); индивидуалне консултације; истраживачки пројекат (рад студената у истраживачким групама). | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад; презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Управљање финансијским ризиком | | | |
| Наставник/наставници: Маријана Јоксимовић | | | |
| Статус предмета: обавезни, четврта година, седми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Стећи знања о суштини управљања финансијским ризиком у савременим условима. Разумевање проблематике управљања ризицима. | | | |
| Исход предмета Оспособљеност за самосталну и стручну идентификовање финансијских ризика и проналажење начина управљања ризицима. Оспособљавање студената за практично укључивање у послове управљања ризицима. Оспособљавање студената за практично управљање ризиком кроз портфолио менаџмент | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Појам ризика, 2. Финансијски ризик, 3. Управљање ризиком и финансијско пословање, 4. Управљање ризиком кроз портфолио менаџмент, 5. Хедџинг и финансијски деривати, 6. Управљање финансијским ризицима код инвестиционих пројеката, 7. Управљање банкарским ризиком, 8. Кредитни ризик, 9. Управљање тржишним ризицима, 10. Управљање ризицима ликвидности, земље и оперативним ризиком, 11. Управљање правним, репутационим и стратешким и ризиком, VaR, 12. Стандарди базелског комитета за банкарску супервизију, 13. Базел I, 14. Базел II, 15. Базел III. <i>Практична настава:</i> Вежбе и други облици наставе. Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе управљања финансијским ризицима.. Студенти су подељени у групе раде симулације, анализе студија случаја из савремене пословне праксе, дају предлоге за решавање конкретних проблема из савремене пословне праксе. У оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе већ готовим анализама, пословним стратегијама и акционим плановима, али и да ураде сопствене анализе поменутих елемената познатих домаћих и интернационалних компанија, као што су: Тржишни ризик, кредитни ризик, ризик ликвидности, законски и пословни ризик – примери. Систематски и несистематски ризик – примери. Ризик корпорације – врсте ризика и примери. Мерење ризика. Примери мерења ризика. Модели ризика и приноса. Примери примене модела за утврђивање цене капитала. Примери примене модела арбитражног утврђивања цене. Управљање финансијским ризиком. Примери управљања ризиком куповином осигурања. Примери управљања ризиком кроз управљање средствима и обавезама. ВаР, Примери управљања ризиком применом хедџинга различитих изведених хартија. | | | |
| Литература <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Богојевић Арсић В.(2009). <i>Управљање финансијским ризиком</i>, ФОН. <i>Додатна литература:</i> користи се цео уџбеник <ol style="list-style-type: none"> 2. Капор П. & Јоксимовић М. (2012). <i>Управљање финансијским ризицима</i>. 3. John C. Hull (2018). <i>Risk Management and Financial Institutions</i>, 5th Edition. Wiley Finance. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 3 |
| Методe извођења наставе предавања, вежбе и консултације | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени испит | 30 |
| семинарски рад/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Интернет маркетинг | | | |
| Наставник/наставници: Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: Обавезни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 9 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Студенти на предмету интернет маркетинг треба да се овладају са алатима и техникама остваривања интегрисаних маркетинг комуникација путем интернета и дигиталних технологија. Кроз наставне садржаје студенти ће стећи неопходна теоријска и практична знања о виртуелном окружењу компанија, медијима интернет маркетинга, начину управљања маркетинг инструментима у дигиталном окружењу, управљању ланцима вредности креираним у дигиталном маркетингу, о понашању потрошача и мотивима за куповину путем интернета, о маркетингу путем интернет претраживача, дигиталним односима са јавношћу, коришћењу интернет технологије у сврху истраживања тржишта, као и метрикама и анализици интернет маркетинга. | | | |
| Исход предмета Након одслушаних наставних садржаја, студенти ће бити оспособљени да раде на пословима интернет маркетинга, управљају процесима и доносе адекватне пословне одлуке о наступу компаније у виртуелном окружењу, анализирају резултате промотивних кампања на интернету и стичу увиде у понашање потрошача приликом обављања интернет куповине. Похађање овог предмета студентима ће омогућити да самостално обављају све неопходне пословне активности на позицијама у дигиталним маркетинг агенцијама и другим компанијама које самостално развијају сопствени наступ у виртуелном окружењу. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у интернет маркетинг. 2. Онлајн маркетинг микс, производ, цена, дистрибуција, промоција. 3. Управљање ланцем вредности у виртуелном окружењу. 4. Анализа понашања потрошача у виртуелном окружењу. 5. Стратегије сегментације, таргетирања и позиционирања. 6. Креирање брендова у виртуелном окружењу. 7. Интернет кампања. 8. Маркетинг путем друштвених медија. 9. Маркетинг путем интернет претраживача. 10. Маркетинг садржаја 11. Дигитални медији 12. Дигитални односи са јавношћу. 13. Маркетинг истраживање помоћу интернет технологија. 14. Метрике и аналитика интернет маркетинга. 15. Савремено пословно окружење у домену виртуелних тржишта. <i>Практична настава</i> Практична настава у потпуности прати наставне целине теоријске наставе. Студенти имају задатак да из савремене пословне праксе анализирају студије случаја и симулације реалних пословних ситуација, као и да дају одговоре и решења за потенцијалне проблеме на примеру компанија из привреде. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 35. Филиповић, Ј. (2021). <i>Дигитални маркетинг</i>. Београд, Економски Факултет Универзитета у Београду. ИСБН 978-86-403-1664-4. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 36. Фигуероа, Ц. (2020). <i>Увод у дигитални маркетинг</i>. Београд, Компјутер Библиотека. ИСБН 978-86-731-0545-1. 37. Маршал, П., Тод, Б. и Родес, М. (2021). <i>Гоогле адс – дефинитивни водич</i>. Београд, Компјутер Библиотека. ИСБН 978-86-731-0562-8. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 4 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: Анализе студије случајева, аудиторна предавања, практичне и рачунарске вежбе, презентације. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Стратешки менаџмент | | | |
| Наставник/наставници: Дражен Њ. Јовановић | | | |
| Статус предмета: Обавезни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Услов: Нема | | | |
| Циљ предмета Основни циљ предмета је овладавање студената са теоријско-методолошким основама концепта стратегијског менаџмента као и разумевање специфичности стратегијског процеса. Развојем компетенције, знања и способности из наведених области, уз примену научно-истраживачких инструмената, концепата, метода и техника, студенти ће бити оспособљени да дизајнирају и позиционирају организације високих перформанси. | | | |
| Исход предмета Студенти ће бити оспособљени за самостално спровођење стратегијске анализе, формулисање, имплементацију и контролу изабраних стратегија, односно да примене аналитичка знања / технике из одређених области стратегијског менаџмента, које у свакодневном управљању захтевају различите врсте планирања, моделирања, оптимизације и способност за интердисциплинарни приступ решавању проблема. | | | |
| Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Истраживање и анализа кључних фактора интерне и екстерне средине организација; 2. Глобализација и интеркултурни менаџмент; 3. Методе и технике дефинисања ефективне стратегијске визије; 4. Приступ и формулисање циљева организације; 5. Анализа утицаја стратегијских циљева на формулисање алтернативних стратегија; 6. Како осмислити могуће опције стратешких планова, генерисати, вредновати и тестирати опције; 7. Имплементација дефинисаних стратегија; 8. Анализа и опис фаза процеса имплементације стратешких алтернатива; 9. Процес планирања етапних промена; 10. Стратејска контрола и ревизија; 11. Бенчмарк анализа; 12. Компаративна анализа модерних наспрот класичним приступима стратегијској контроли; 13. Иновативни концепти; 14. Методе и технике стратегијског управљања организацијама; 15. Савремени токови у стратешком менаџменту. <i>Практична настава</i> У оквиру практичне наставе, у циљу што боље презентације и преношења знања, користиће се презентација и дискусија као и решавање конкретних задатака из различитих области садржаја предмета. Метода студије случаја представљаће основ валидних закључака. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 38. Машић, Б, (2021). <i>Стратејски менаџмент: основе, процес и концепти</i>, Дата Статус, Београд. 39. Милисављевић М, (2017). <i>Стратејски менаџмент: анализа, избор и промена</i>, Дата Статус, Београд. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 40. Станковић Ј, Ђоковић Ф, (2019). <i>Стратејски менаџмент</i>, Универзитет Сингидунум, Београд. 41. Ђуричин, Д, Каличанин, Ђ, Лончар, Д, Вуксановић, Х, И, (2018). <i>Менаџмент и стратегија</i>, Економски факултет Универзитета у Београду, Београд. 42. Марјановић, М, Михаиловић, М, Спасић, К, (2018). <i>Стратејски менаџмент</i>, Висока пословна школа струковних студија, Лесковац. 43. Ђуричини, Д., Каличанин, Ђ., Лончар, Д., Вуксановић, Х.И., (2021). <i>Менаџмент и стратегија</i>. Београд: Економски факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 | |
| Методe извођења наставе Предавања су аудиторна, и изводе се у амфитеатру са свим студентима, подржана су презентацијама и аудио визуелним материјалом; Вежбе се изводе по групама студената у учионицама и то: као аудиторне, где се даље разрађују поједине теме са предавања; као практични рад, за израду стратегијског плана, израду визије, мисије и формулисање политике, као аналитичке, за анализу студија случаја организација које су успешне у формулисању и имплементацији стратегије; као дискусионе, за дискусију одабраних тема из пређеног градива. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Пословна етика | | | |
| Наставник/наставници: Александар Прњат | | | |
| Статус предмета: изборни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Нема | | | |
| Циљ предмета | | | |
| Дефинисање основних концепата и претпоставки на којима почивају принципи пословне етике, стављање у контекст принципа на којима се заснива пословна етика кроз поређење са класичном нормативном етичком теоријом. | | | |
| Исход предмета | | | |
| Студенти ће бити у могућности да покажу какву улогу имају врлина и интегритет у пословном окружењу, стећи ће знања о томе како препознати потешкоће у пословном свету и како да пронађу најбољи начин да се оне превазиђу, кроз развој моралног карактера у бизнису. | | | |
| Садржај предмета: | | | |
| <i>Теоријска настава:</i> | | | |
| У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Уводни час, упознавање са темама и методама рада 2. Извор или порекло морала- Начин успостављања моралног феномена. 3. Специфичност моралног вредносног критеријума 4. Однос бизниса и морала 5. Етички проблеми мултинационалних компанија 6. Мобинг као један од проблема пословне етике. 7. Маркетинг, истина и оглашавање 8. Однос морала и профита 9. Најчешћи етички проблеми у бизнису 10. Морална дистанца и савремено пословање 11. Капитализам, роба и етика 12. Морално поступање са конкурентским фирмама 13. Друштвена одговорност пословања 14. Утилитаризам 15. Одговорност, сигурност и морални сукоб у пословној етици | | | |
| <i>Практична настава:</i> | | | |
| Практична настава у потпуности прати наставне целине из теоријске наставе. Практична настава се реализује у виду вежби на којима студенти дискутују о темама са теоријске наставе, бране семинарске радове кроз које се још боље упознају са темама из Пословне етике. Осим овога, у оквиру практичне наставе на предмету, студенти ће имати могућност да критички приступе различитим етичким објашњењима моралних пракси методом студије случаја. | | | |
| Литература: | | | |
| <i>Обавезна литература:</i> | | | |
| 44. Де Џорџ, Р. Т. (2003). <i>Пословна етика</i> . Београд: Филип Вишњић. – у целости | | | |
| Додатна : | | | |
| 1. Сингер, П. (2000). <i>Практична етика</i> . Београд: Сигнатуре. – у целости | | | |
| <i>Додатна литература:</i> | | | |
| 2. Crane, A., Matten, D. S., Glozer, L., & Spence, JR. (2016). <i>Business ethics</i> . Oxfords University Press. – у целости | | | |
| 3. Velasquez, M. (2002). <i>Business ethics: Concepts and cases</i> . New Jersey: Prentice Hall. – у целости | | | |
| 4. Jones, C., Boss., R.T., & Parker, M. (2005). <i>Business ethics a critical approach</i> . New York :Routledge. – у целости. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | Практична настава: 2 | |
| Методе извођења наставе: На предавањима се користе класичне методе наставе уз коришћење савремене дигиталне технологије. На вежбама студенти јавно бране индивидуално писане радова уз дискусије у тимовима. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | писмени и/или усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ пројекат/презентација | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Менаџмент квалитета | | | |
| Наставник/наставници: Дражен Њ. Јовановић | | | |
| Статус предмета: Изборни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 6 | | | |
| Услов: Нема | | | |
| Циљ предмета Циљ овог предмета је да студенти овладају знањима о квалитету (који обухвата све области људске делатности: квалитет производа - услуге, менаџмента, власти и живота), метрологији, стандардизацији, акредитацији, сертификацији, системима менаџмента квалитета, њиховој имплементацији и сертификацији. | | | |
| Исход предмета Изучавањем предмета стичу се знања која могу успешно да се примене у свим пословним организацијама. Њиховом применом унапредило би се пословање и организација би на тај начин стицала конкурентску предност како на домаћем тако и на страном тржишту. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> У оквиру теоријске наставе дефинисане су следеће наставне јединице: <ol style="list-style-type: none"> 1. Корени мисли о квалитету и менаџменту. 2. Научни прилаз квалитету. 3. Гуруи квалитета (Деминг, Јуран, Ишикава, Тагучи, Фигенбаум, Крозби). 4. Историјат квалитета. Основни елементи квалитета. 5. Метрологија. Стандардизација. Акредитација. Сертификација. Контрола тржишта. 6. Национални систем акредитације. Регионални и светски систем акредитације. 7. Квалитетом до јединственог тржишта. Светска контрола квалитета. 8. Концепти система менаџмента квалитетом. PDCA циклус. 9. QMS према серији стандарда ISO 9000. 10. EMS према серији стандарда ISO 14000. 11. Интегрисани менаџмент системи. Стандарди и тачке стандарда о обуци и образовању. 12. Алати и методе за унапређивање квалитета. Квалитет и образовање. 13. Концепти система менаџмента квалитетом. Имплементација и сертификација QMS-а. 14. Менаџмент квалитетом информационих система. 15. Стандарди ISO/IEC 20000 и ISO/IEC 27000. Струковни стандарди. <i>Практична настава:</i> У оквиру практичне наставе, у циљу што боље презентације и преношења знања, користиће се презентација и дискусија као и решавање конкретних задатака из различитих области садржаја предмета. Метода студије случаја представљаће основ валидних закључака. | | | |
| Литература: <i>Обавезна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 45. Филиповић, Ј, Пејовић, Г, Русо, Ј, (2018). <i>Систем менаџмента квалитета</i>, Факултет организационих наука, Београд. 46. Ушћумлић, Д, Бабић, Ј, (2019). <i>Квалитет и менаџмент квалитетом</i>, Економски факултет, Београд. <i>Додатна литература:</i> <ol style="list-style-type: none"> 47. Ушћумлић, Д, Јекић, Ц, (2018). <i>Менаџмент квалитетом</i>, Универзитет у Источном Сарајеву, Економски факултет у Брчком, Брчко, 48. Филиповић, Ј, Пејовић, Г, Русо, Ј, (2017). <i>Инфраструктура квалитета</i>, Факултет организационих наука, Београд. 49. Адамовић, Ж, Ивић, М, Вуковић, В, (2021). <i>Систем квалитета</i>, Универзитет за пословни инжењеринг и менаџмент, Бања Лука. 50. Ушћумлић, Д. & Бабић, Ј. (2022). <i>Квалитет и менаџмент квалитетом</i>. Београд: Економски факултет, | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 3 | | Практична настава: 2 |
| Методе извођења наставе Предмет се изводи према стандардним методима високошколске, односно универзитетске наставе у облику теоријских предавања и практичних вежби, уз комбиновање са примерима из праксе, самосталног и тимског рада и обавезне израде семинарског рада у току трајања семестра. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| присуство и активност на настави | 10 | усмени испит | 30 |
| семинарски рад/ | 10 | | |
| колоквијум 1 | 25 | | |
| колоквијум 2 | 25 | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|---|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Стручна пракса | | | |
| Наставник/наставници: Дражен Јовановић, Милица Симић, Милан Бркљач | | | |
| Статус предмета: обавезни, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 3 | | | |
| Услов: нема | | | |
| Циљ предмета Циљ стручне праксе је да се студенти у стварним околностима сусретну са конкретним проблемима у областима маркетинга и менаџмента трговинских предузећа и да овладају одређеним практичним знањима везаним за ту област. | | | |
| Исход предмета По обављеној стручној пракси студенти ће бити у могућности да решавају конкретне задатке и проблеме из области маркетинга, менаџмента и трговине у стварним околностима. Студенти ће бити способни да примене стечена знања и вештине на овом студијском програму у пракси. | | | |
| Садржај предмета Студентска пракса се реализује у привредним субјектима у којима се организује унутрашње и међународно трговинско пословање. Пре почетка праксе студент се договара са изабраним наставником, као ментором о конкретним задацима које ће да обави током стручне праксе. Студент је у обавези да води евиденцију о својим активностима током праксе и да по завршетку праксе донесе потврду о обављеној пракси заједно са одговарајућим извештајем (дневник са урађеним задацима и одговарајућом документацијом). | | | |
| Литература | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 0 | | Практична настава: 0 |
| Остали часови: 6 | | | |
| Методe извођења наставе Практичан рад у одабраној организацији. Руководилац стручне праксе прегледа дневник стручне праксе и врши проверу знања студента кроз одбрану практичног рада. Финални излазни документ је записник са предлогом оцене и посебним запажањима и препорукама за кандидата. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| Практичан рад на задацима и пројектима. | 70 | Усмени испит - одбрана дневника праксе и пројектне документације формиране током праксе | 30 |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | | |
| Назив предмета: Предмет завршни рад | | | |
| Наставник/наставници: Сви наставници на студијском програму | | | |
| Статус предмета: обавезан, четврта година, осми семестар | | | |
| Број ЕСПБ: 2 | | | |
| Услов: Положен испит из чије области је дефинисан ИР | | | |
| Циљ предмета Припрема студента за самосталан стручно и/или истраживачки рад на изради студијско истраживачког рада, као и на изради завршног рада који следи. Уз помоћ ментора, студент сагледава, излаже методологију и решава конкретан актуелни проблем истраживачким методама, уз примену теоријских и апликативних знања стечених током студија. | | | |
| Исход предмета Учињени су успешни први кораци у оспособљавању студента за самосталан стручни и/или истраживачки рад у изборном подручју из маркетинга, менаџмента и трговине. | | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска и практична настава:</i> Уз подршку ментора, студент користи стечена апликативна и теоријска знања, али и даље проучава и истражује одабрану стручну област, чији садржај зависи од конкретно разматраног проблема. | | | |
| Литература Релевантна литература треба да укаже на систематски прилаз студента у писању студијско истраживачког рада, који треба да буде полазна основа у дефиницији теме и области у изради завршног рада. | | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 0 | Практична настава: 0 | Студијски истраживачки рад: 6 |
| Методe извођења наставе Консултације са ментором у свим фазама израде студијско истраживачког рада: прикупљање референци, њиховом систематском проучавању, дефиницији области рада и сама израда студијско истраживачког рада. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | поена | Завршни испит | поена |
| Завршен и прихваћен рад | 70 | Усмена одбрана | 30 |

| | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| Студијски програм: ОАС Маркетинг, менаџмент и трговина | | |
| Назив предмета: Завршни рад | | |
| Наставник/наставници: Ментор и Комисија | | |
| Статус предмета: обавезан, четврта година, осми семестар | | |
| Број ЕСПБ: 2 | | |
| Услов: Положени сви предмети предвиђени наставним планом и програмом | | |
| Циљ предмета Циљ завршног рада је систематизација и провера оспособљености кандидата за способност бављења стручним (или научним) истраживањима, примени адекватних метода прикупљања и обраде података, као и способност самосталног писања стручних/научних радова, као и оспособљеност студента за самостално излагање стручних проблема и заступање одређених професионалних идеја. Завршни рад је самостално стручно или научно саопштење којим се доказује степен оспособљености за самостално уочавање и решавање практичних или теоријских проблема. Кроз завршни рад се проверава самосталност кандидата да уради сложенију и целовитију анализу неког проблема. Завршни рад је завршни акт провере студента на студијама и прво значајније верификационо саопштење које кандидат ради уз консултације саментором. | | |
| Исход предмета Израдом завршног рада кандидат треба да добије јасну и потпуну слику значаја и потреба наставног садржаја на коме је радио током студија и постане свестан његове употребне вредности. Израдом и одбраном Завршног рада студенти су оспособљени за решавање реалних апликативних проблема, као и за разматрање и анализу теоријских решења. То подразумева развијено критичко мишљење, способност анализе проблема, синтезе решења, предвиђања последица одабраног решења, уз употребу научних метода и поступака. Посебно је значајна способност усвајање релевантних новина у струци, њихово повезивања са основним знањем, примена у пракси и јасно преношење у стручну и ширу јавност. Кандидат је оспособљен за: примену стеченог знања у решавању реалних проблема из маркетинга, менаџмента и трговине као и за презентовање резултата свог рада. | | |
| Садржај предмета <i>Теоријска настава:</i> Завршни рад је самостални рад кандидата кроз координиран рад кандидата и ментора. Ментор води кандидата у његовом раду и пружа му помоћ у целокупном процесу израде кроз: избор теме завршног рада, формулисање наслова рада, постављање циља, предмета рада, метода и начина његовог решавања, избор начина обраде проблема, прикупљање, обрада и анализа и верификација применом научних метода, коначно обликовање завршног рада. Завршним радом студент доказује да је овладао теоријским поставкама истраживања, теоријским знањима из области којом се бави и да је успешно реализовао један комплетан истраживачки процес кроз: Уочавање проблема, теоријску обраду проблема, истраживачки део кроз план реализације и организације истраживања, израду писаног материјала - завршног рада. | | |
| Литература Релевантна литература у области истраживања, која се директно односи на тему завршног рада. | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 0 | Практична настава: 0 |
| Остали часови: 2 | | |
| Методe извођења наставе Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у форми која садржи следећа поглавља: Увод; Теоријски део; Истраживачки део, резултати и дискусија; Закључак; Преглед литературе. Обим завршног рада зависи од обима предмета истраживања и дубине разраде и сазнања и креће се од 30 до 50 страна. Успешном израдом теоријског и истраживачког дела рада, кандидат стиче право на одбрану пред комисијом и стицање звања Дипломирани економиста. Одбрана завршног рада се обавља усменим излагањем кандидата. | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) Завршни рад и усмену одбрану Комисија (ментор и два члана) оцењује јединственом оценом. | | |