

**UNIVERZITET ZA POSLOVNE STUDIJE
FAKULTET ZA PRIMJENJENU EKONOMIJU
BANJA LUKA**

Ulica Jovana Dučića 23a, Banja Luka
Tel: 051/248-300

**STUDIJSKI PROGRAM: Menadžment i marketing malih i srednjih
preduzeća**

Akadske studije drugog ciklusa:
jednogodišnji studijski program
(dva semestra, 60 ECTS bodova)

Banja Luka 2023. godina

SADRŽAJ

Opis i struktura studijskog programa.....	3
Nastavni plan	5
Matičnost po predmetima	6
Silabusi	
Metodologija naučno-istraživačkog rada.....	8
Savremeno preduzetništvo.....	10
Korporativno upravljanje.....	12
Korporativna društvena odgovornost.....	14
Inteligentno privređivanje i efektivni menadžment.....	16
Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja.....	18
Upravljanje korporativnim rizicima.....	20
Upravljanje marketingom.....	22
Upravljanje finansijama malih i srednjih preduzeća.....	24

OPIS I STRUKTURA STUDIJSKOG PROGRAMA

Studijski program II ciklusa Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća na Fakultetu za primjenjenu ekonomiju prikazan je u tabeli 1. sa svim svojim ciljevima studijskog programa, vrstama studije i ishodištima procesa učenja, kao i sticanja stručnog naziva.

1.	Naziv studijskog programa	Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća
2.	Ciljevi studijskog programa	<p>* Obrazovni cilj studijskog programa je sticanje znanja, sposobnosti i vještina za obavljanje poslova za vođenje malih i srednjih preduzeća (poslovne funkcije planiranja, organizovanja, kadrovanja, vođenja i kontrole) te funkcionalnih aktivnosti u području marketinga (istraživanja tržišta, prodaje, ekonomske propagande i u okviru pojedinih djelatnosti, itd. odnosno rukovođenja poslovima marketinga), finansija, računovodstva i upravljačkog računovodstva, pripreme i organizacije proizvodnje, razvoja proizvoda i preduzeća, itd.</p> <p>* Razumijevanje ambijenta u kome posluje savremeno preduzeće, kako bi se studenti uspješno uključili u rad nakon diplomiranja. Osposobljavanje za sve vidove preduzetništva: preduzetnik pionir, preduzetnik maher, preduzetnik strateg i preduzetnik trener.</p> <p>* Obezbjedenje pristupačnog, dostupnog, visokokvalitetnog obrazovanja u skladu sa potrebama okruženja i studenata.</p> <p>* Obezbjedenje odgovarajuće osnove za dalje usavršavanje na postdiplomskim studijama.</p>
3.	Naučna oblast	Društvene nauke
4.	Naučno polje	Ekonomija i poslovanje
5.	Vrsta studija	II ciklus studija
6.	Naziv stručnih, akademskih i naučnih zvanja	„Master ekonomije“
7.	Ishodi procesa učenja	Sticanje neophodnih znanja, vještina i sposobnosti za: savremenu primjenu koncepta menadžmenta i marketinga, sposobnosti za razumijevanje poslovnog ambijenta u različitim djelatnostima, odnosno, za uspješno rukovođenje na području menadžmenta i marketinga (malih i srednjih preduzeća i uslužnog sektora).

8.	Trajanje studija	1 godina, dva semestra.
9.	ECTS	300
10.	Uslovi za upis na studijski program	<ul style="list-style-type: none"> Završen osnovni studij sa 240 ECTS bodova;
11.	Način izvođenja studija	<p>Nastavni proces se izvodi putem standardne klasične nastave, seminarskih radova, eseja, analiza slučaja, okruglih stolova, naučnih referata, diskusija i kroz aktivnu participaciju studenata u nastavnom procesu, uključujući i naučne ekskurzije, stručne posjete, emerituse, gostujuće profesore u funkciji unapređenja kvaliteta nastave II ciklusa i dovođenja eksperata iz oblasti menadžmenta i marketinga.</p> <p>Svaki predmet ima svoj program i predstavlja integralni segment studijskog programa II ciklusa.</p>
12.	Preduslov za upis pojedinih predmeta	Nema posebnih preduslova.
13.	Dokaz o podudarnosti SP	Vidjeti prilog.
14.	Način izbora predmeta iz drugih studijskih programa	Definisani aktima Univerziteta.
15.	Obaveze studenata i dinamika studiranja	<p>Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:</p> <ul style="list-style-type: none"> Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće: <ul style="list-style-type: none"> Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova; Kolokvijum - 20 bodova; Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada); Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova; Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova. Završni ispit - minimum 40 bodova. <p>Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.</p>
16.	Uslovi prelaska sa drugih studijskih program istih ili srodnih studija	Definisani aktima Univerziteta.

FAKULTET ZA PRIMJENJENU EKONOMIJU
**STUDIJSKI PROGRAM: MENADŽMENT I MARKETING MALIH I SREDNJIH
PREDUZEĆA**

NASTAVNI PLAN

STUDIJSKI PROGRAM: „Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća“
II CIKLUS (dva semestra)
ZVANJE: „master ekonomije”

STUDIJSKI PROGRAM: „Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća“
 Drugi ciklus studija (dva semestra)

I semestar

Red. br.	Šif. pred.	Naziv predmeta	Status predmeta: Obavezni (O) Izborni (I)	Semestar	Broj časova u semestru		ECTS
					P	V	
1.	OP 525	Metodologija naučno-istraživačkog rada	O	I	28	20	7
2.	MT 347	Savremeno preduzetništvo	O	I	48	20	8
3.	EK 140	Korporativno upravljanje	O	I	48	20	8
4a.	MT 348	Korporativna društvena odgovornost	I	I	48	20	7
4b.	MT 349	Inteligentno privređivanje i efektivni menadžment	I	I	48	20	7
UKUPNO I SEMESTAR					152	80	30

II semestar

Red. br.	Šif. pred.	Naziv predmeta	Status predmeta: Obavezni (O) Izborni (I)	Semestar	Broj časova u semestru		ECTS
					P	V	
5.	EK 121	Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja	O	II	28	20	5
6.	AC 660	Upravljanje korporativnim rizicima	O	II	28	20	5
7a.	MK 810	Upravljanje marketingom	I	II	28	20	5
7b.	AC 661	Upravljanje finansijama malih i srednjih preduzeća	I	II	28	20	5
8.		Završni rad					15
UKUPNO II SEMESTAR					112	80	30

UKUPNO II CIKLUS: 60 ECTS

Pun naziv	1. METODOLOGIJA NAUČNO ISTRAŽIVAČKOG RADA					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	obavezan	I	7	60	30	
Šifra predmeta	OP 525					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>nije uslovljeno</i>						
Ciljevi izučavanja predmeta: <i>Osposobiti slušaoce za stvaralačku primjenu metodoloških znanja u istraživačkom postupku, odnosno da mogu samostalno formulisati naučni problem i predmet istraživanja, ciljeve, zadatke i hipoteze. Cilj je i osposobiti studente da planiraju izbor metoda i instrumenata kao i uzroka istraživanja: da sačine nacrt prikupljanja, obrade i analize podataka; Da se upoznaju sa strukturom i načinom pisanja u oblasti ekonomskih nauka.</i>						
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>Nakon ovladavanja ovim predmetom studenti će biti osposobljeni da svoje stečeno znanje i razumijevanje problematike mogu primjenjivati na način na koji pokazuje profesionalni pristup nivoa rada. Studenti će biti osposobljeni da svoja stečena znanja demonstriraju putem stvaranja i održavanja argumentacije i rješavanja problema unutar datog polja studiranja, kao i da prikupljaju i tumače relevantne podatke unutar svog polja studija i da daju sud koji uključuje mišljenje o relevantnim društvenim, finansijskim, naučnim i etičkim pitanjima. Studenti će moći prenositi informacije, ideje, probleme i rješenja ka stručnoj publici iz oblasti ekonomskih nauka. Nakon ovladavanja ovim predmetom studenti će steći znanja o metodama čija je primjena neophodna za nastavak studija sa većim stepenom samostalnosti u struci i naučno-istraživačkom radu.</i>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja, esejskih pitanja, kolokvijum, seminarski rad i testovi.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Nauka i naučno saznanje.</i>					
2.	<i>Pojam i predmet metodologije.</i>					
3.	<i>Istina, interesi i vrijednosti.</i>					
4.	<i>Pojam, vrste i nivoi mjerenja društvenih pojava.</i>					
5.	<i>Klasifikacija istraživanja društvenih pojava.</i>					
6.	<i>Metodološka obilježja naučnih istraživanja društvenih pojava.</i>					
7.	<i>Metode, tehnike, hipoteze i instrumenti istraživanja.</i>					
8.	<i>Projektovanje istraživanja.</i>					
9.	<i>Struktura projekta istraživanja.</i>					
10.	<i>Problem, predmet i cilj istraživanja.</i>					
11.	<i>Operacionalizacija cilja istraživanja.</i>					
12.	<i>Hipoteze i način istraživanja.</i>					
13.	<i>Naučna i društvena opravdanost istraživanja.</i>					
14.	<i>Planovi, organizacija i realizacija istraživanja.</i>					
15.	<i>Finalizacija istraživanja - vrste i pisanje završnih radova.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Seminarski rad/esej.</i>					
	<i>Test/pritupni rad.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: <i>prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</i>						
Literatura:						
1.	<i>Vuković, M, Štrbac, N, Metodologija naučnih istraživanja, Bor, 2019.</i>					
2.	<i>Todorović, Z. i Todorović, I, Metodologija naučnog istraživanja u ekonomiji, Univerzitet u Banjoj Luci, 2015.</i>					
3.	<i>Kukić, S: Metodologija naučno-istraživačkog rada, Ekonomski fakultet, Mostar, 2005.</i>					
4.	<i>Mihailović, D: Metodologija naučnih istraživanja, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2004.</i>					

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	2. SAVREMENO PREDUZETNIŠTVO					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	obavezni	I	8	60	30	
Šifra predmeta	MT 347					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>nije uslovljeno.</i>						
Ciljevi izučavanja predmeta: <i>Cilj predmeta je da student savlada teoriju i vještine postizanja poslovnog uspjeha te da shvati metode upravljanja preduzetničkim poduhvatima, transferom tehnologije, znanja i preduzetničkih vještina u MSP. Krajnji cilj je osposobljavanje za inovativan, odnosno nadprosječan način razmišljanja i kreiranja novih preduzetničkih poduhvata zasnovanih na znanju i novim tehnologijama u MSP.</i>						
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>Kvalifikacije koje označavaju završetak drugog ciklusa dodeljuju se studentima koji su pokazali znanje i razumijevanje u polju studije savremenog preduzetništva. Savladavanjem ovog predmeta student će dobiti jasnu predodžbu o sadržaju, značaju i funkcionalnosti obrazovanja iz preduzetništva i preduzetničkog menadžmenta u cilju povezivanja obrazovanja, privrede i državnih institucija. Studenti će biti osposobljeni za uključivanje u istraživačke projekte, samozapošljavanje i dalje usavršavanje u profesionalnom i preduzetničkom konsaltingu za potrebe MSP.</i>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju analizu slučaja, projektne zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Uvod u preduzetništvo i preduzetnički menadžment.</i>					
2.	<i>Priroda i važnost preduzetništva i menadžmenta u teoriji i praksi MSP.</i>					
3.	<i>Preuzetnički način razmišljanja, kreativnost, poslovna ideja i analiza prilike.</i>					
4.	<i>Definisanje specifičnosti MSP - snage i slabosti.</i>					
5.	<i>Globalne perspektive razvoja MSP.</i>					
6.	<i>Preduzetnička infrastruktura za MSP (inovacioni centri, inkubatori, klasteri, poslovne zone).</i>					
7.	<i>Menadžment poslovnih funkcija MSP.</i>					
8.	<i>Specifičnost izbora lokacije za MSP.</i>					
9.	<i>Osnivanje i početak preduzetničkog poslovanja.</i>					
10.	<i>Izvori kapitala za MSP.</i>					
11.	<i>Preduzetničke strategije za stvaranje i razvoj MSP.</i>					
12.	<i>Istraživanje tržišta, lokacija i biznis plan.</i>					
13.	<i>Selekcija tržišta i uspostavljanje pozicija za MSP.</i>					
14.	<i>Interne i eksterne strategije razvoja i rasta MSP.</i>					
15.	<i>Društvena uloga i odgovornost MSP.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Seminarski rad/esej.</i>					
	<i>Test/pristupni rad.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: <i>prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</i>						
Literatura:						
1. <i>Jovanović, I, Preduzetništvo u savremenim uslovima poslovanja, Univerzitet u Beogradu, 2015.</i>						
2. <i>Avlijaš, R, Preduzetništvo, Univerzitet Singidunum. Beograd, 2010.</i>						

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	3. KORPORATIVNO UPRAVLJANJE					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	obavezni	I	8	60	30	
Šifra predmeta	EK 140					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>nije uslovljeno.</i>						
Ciljevi izučavanja predmeta: <i>Upoznavanje studenata sa društveno odgovornim poslovanjem kao poslovnom strategijom preduzeća. Pružanje opštih teorijskih znanja o istoriji i pravcima razvoja korporativne društvene odgovornosti u savremenim privredama. Osnovni cilj predmeta je upoznavanje studenata sa ulogom i značajem ovog koncepta u menadžerskoj praksi te razvoj sposobnosti studenata da efikasno upravljaju izazovima integrisanja korporativne društvene odgovornosti u poslovnu strategiju preduzeća, kao i razvijanje osjećaja za ekonomsku, ekološku i socijalnu odgovornost preduzeća u savremenim uslovima privređivanja.</i>						
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>Studenti će dobiti sveobuhvatno znanje o razvoju korporativne društvene odgovornosti te će biti u stanju da sagledaju korporativnu društvenu odgovornost iz različitih teorijskih perspektiva. Razvije sposobnost da efikasno upravljaju različitim aspektima korporativne društvene odgovornosti. Osposobiće se da kritički ocijene ishode društveno odgovornog poslovanja organizacija te veze između različitih aktivnosti korporativne društvene odgovornosti i dugoročnog uspjeha na tržištu. Osposobiće se za rješavanje praktičnih problema iz oblasti korporativne društvene odgovornosti.</i>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju analizu slučaja, projektnu zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Tipovi organizacija.</i>					
2.	<i>Ciljevi organizacija.</i>					
3.	<i>Zainteresovane strane.</i>					
4.	<i>Nastanak i razvoj korporativne društvene odgovornosti u savremenim privredama.</i>					
5.	<i>Teorijsko određenje korporativne društvene odgovornosti.</i>					
6.	<i>Osnovni aspekti društveno odgovornog poslovanja (ekonomska, ekološka i socijalna odgovornost preduzeća).</i>					
7.	<i>Potencijalne koristi za društveno odgovorno preduzeće.</i>					
8.	<i>Faktori koji utiču na primjenu ovog koncepta u preduzećima.</i>					
9.	<i>Strateški aspekt korporativne društvene odgovornosti.</i>					
10.	<i>Međunarodni standardi u oblasti korporativne društvene odgovornosti.</i>					
11.	<i>Izvještavanje preduzeća o korporativnoj društvenoj odgovornosti.</i>					
12.	<i>Vidovi ekonomskih sistema, uloga države i politika vlade.</i>					
13.	<i>Vidovi tržišta, tržišne snage i organizacioni odgovori na te snage.</i>					
14.	<i>Evropska komisija, Savjet ministara, Generalni direktorij, Evropski savjet, Evropski parlament.</i>					
15.	<i>Evropska monetarna unija, Evropski monetarni sistem, EU budžet.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Seminarski rad/esej.</i>					
	<i>Test/pristupni rad.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedjeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: <i>prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</i>						
Literatura:						
1. <i>Korporativno upravljanje, priručnik, 1 Međunarodna finansijska korporacija,, Washington, 2018.</i>						
2. <i>Robert A. G. Monks, Nell Minow: „Corporate Governance“, 5th edition, John Wiley & Sons, 2011..</i>						

3. Kotler, P. Lee, N. (2009): *Korporativna društvena odgovornost - Suvremena teorija i najbolja praksa*, MED Consult, ISBN:9789536807390.

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	4a. KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	izborni	I	7	60	30	
Šifra predmeta	MT 348					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>nije uslovljeno</i>						
Ciljevi izučavanja predmeta: <i>Upoznavanje studenata sa društveno odgovornim poslovanjem kao poslovnom strategijom preduzeća. Pružanje opštih teorijskih znanja o istoriji i pravcima razvoja korporativne društvene odgovornosti u savremenim privredama. Osnovni cilj predmeta je upoznavanje studenata sa ulogom i značajem ovog koncepta u menadžerskoj praksi te razvoj sposobnosti studenata da efikasno upravljaju izazovima integrisanja korporativne društvene odgovornosti u poslovnu strategiju preduzeća, kao i razvijanje osjećaja za ekonomsku, ekološku i socijalnu odgovornost preduzeća u savremenim uslovima privređivanja.</i>						
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>Studenti će dobiti sveobuhvatno znanje o razvoju korporativne društvene odgovornosti te će biti u stanju da sagledaju korporativnu društvenu odgovornost iz različitih teorijskih perspektiva. Razvije sposobnost da efikasno upravljaju različitim aspektima korporativne društvene odgovornosti. Osposobiće se da kritički ocijene ishode društveno odgovornog poslovanja organizacija te veze između različitih aktivnosti korporativne društvene odgovornosti i dugoročnog uspjeha na tržištu. Osposobiće se za rješavanje praktičnih problema iz oblasti korporativne društvene odgovornosti.</i>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju analizu slučaja, projektne zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Tipovi organizacija.</i>					
2.	<i>Ciljevi organizacija.</i>					
3.	<i>Zainteresovane strane.</i>					
4.	<i>Nastanak i razvoj korporativne društvene odgovornosti u savremenim privredama.</i>					
5.	<i>Teorijsko određenje korporativne društvene odgovornosti.</i>					
6.	<i>Osnovni aspekti društveno odgovornog poslovanja (ekonomska, ekološka i socijalna odgovornost preduzeća).</i>					
7.	<i>Potencijalne koristi za društveno odgovorno preduzeće.</i>					
8.	<i>Faktori koji utiču na primjenu ovog koncepta u preduzećima.</i>					
9.	<i>Strateški aspekt korporativne društvene odgovornosti.</i>					
10.	<i>Međunarodni standardi u oblasti korporativne društvene odgovornosti.</i>					
11.	<i>Izveštavanje preduzeća o korporativnoj društvenoj odgovornosti.</i>					
12.	<i>Vidovi ekonomskih sistema, uloga države i politika vlade.</i>					
13.	<i>Vidovi tržišta, tržišne snage i organizacioni odgovori na te snage.</i>					
14.	<i>Evropska komisija, Savjet ministara, Generalni direktorij, Evropski savjet, Evropski parlament.</i>					
15.	<i>Evropska monetarna unija, Evropski monetarni sistem, EU budžet.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Seminarski rad/esej.</i>					
	<i>Test/pristupni rad.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedjeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: <i>prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</i>						

Literatura:

1. Kotler, P. Lee, N. (2009): *Korporativna društvena odgovornost-Suvremena teorija i najbolja praksa*, MED Consult, ISBN:9789536807390.
2. Perović, N., 2008., *Društvena odgovornost kompanije - izazov savremene ekonomije*, zbornik radova *Moral i ekonomija*, Beograd, Institut društvenih nauka, Centar za ekonomska istraživanja, Beograd

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	4b. INTELIGENTNO PRIVREĐIVANJE I EFEKTIVNI MENADŽMENT					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	izborni	I	7	60	30	
Šifra predmeta	MT 349					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>nije uslovljeno</i>						
Ciljevi izučavanja predmeta: <i>Studenti će se upoznati sa efektivnim menadžmentom koji zahtijeva upoznavanje sa pojmovima inteligentno privređivanje, inteligentno poslovanje. Primjena metoda i tehnika inteligentnog privređivanja u procesima korišćenja i analize ključnih performansi poslovnih procesa preduzeća. Proučavanje svih podloga za razvoj inovativnih sposobnosti i podsticanja skrivenih znanja u rješavanju problema donošenja odluka na bazi validnih i zajedničkih podataka koji se nalaze u bazama podataka informacionih sistema preduzeća.</i>						
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>Osposobljenost studenata za razumijevanje i primjenu postupaka inteligentnog privređivanja u rješavanju praktičnih problema, sposobnost prihvatanja novih znanja i mogućnosti primjene istih sa ciljem prilagođavanja novim promjenama u okolini i preduzeću, ali i na globalnom planu.</i>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju: analizu slučaja, projektne zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Ograničavanje problema, standardizacija.</i>					
2.	<i>Dugoročna strategija, razvojna strategija, usklađivanje sa politikom preduzeća.</i>					
3.	<i>Inteligentno privređivanje.</i>					
4.	<i>Efektivni menadžment.</i>					
5.	<i>Vrijednosti i podrška inteligentnom privređivanju.</i>					
6.	<i>Poluge inteligentnog privređivanja.</i>					
7.	<i>Inteligentni procesi privređivanja.</i>					
8.	<i>Primjena inteligentnog privređivanja.</i>					
9.	<i>Centar ekscelencije.</i>					
10.	<i>Očekivane promjene u svijetu rada i privređivanja - predvođenja.</i>					
11.	<i>Osnovne pokretačke poluge u razvoju procesa inteligentnog privređivanja.</i>					
12.	<i>Procesi privređivanja.</i>					
13.	<i>Osnovni razvojni principi.</i>					
14.	<i>Osnovni činioci efektivnog razvoja procesa inteligentnog privređivanja.</i>					
15.	<i>Menadžment za procese inteligentnog privređivanja i praktična rješenja filozofije inteligentnog privređivanja.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Seminarski rad/esej.</i>					
	<i>Test/pristupni rad.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.						
Literatura: <i>Zelenović, D: Inteligentno privređivanje i efektivni menadžment, FTN, Novi Sad.</i> <i>Kusiak, A.: Computational Intelligence i Design and Manufacturing, John Wiley & Sons.</i> <i>Radić, R: Strategijski menadžment u uslovima tranzicije, UPS, Banja Luka.</i> <i>Thanuhuber, Markus, J: The Intelligent Enterprise, Phisica-Verlag Heidelberg.</i> <i>Leibowitz, J: Strategic Intelligence, Taylor&Francis.</i>						

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	5. EKONOMIJA KAPITALA I FINANSIRANJE RAZVOJA					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	Izborni	II	5	60	30	
Šifra predmeta	EK 121					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi:	akademski, II ciklus, , Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.					
Uslovljenost drugim predmetima:	nije uslovljeno					
Ciljevi izučavanja predmeta:	Širenje znanja o savremenim tokovima kapitala, izmjeni strukture kapitala, mehanizmu finansiranja, akcionarskom kapitalu, finansijskom kapitalu, funkcionisanju savremenih proizvoda sa aspekta finansijske štednje (akumulacije), bankarskih mehanizama finansiranja, akcionarskog kapitala, međunarodnog kapitala u finansiranju korporacija i nacionalne ekonomije. Potrebno je i izučavanje odnosa profitne, kamatne, poreske stope i deviznog kursa, instrumenta u formiranju funkcionalnih odnosa u sistemu finansiranja.					
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa:	Kvalifikacije koje označavaju završetak drugog ciklusa dodjeljuju se studentima koji su pokazali znanje i razumijevanje u polju studije problematike ekonomije kapitala i finansiranja razvoja, koja se nadograđaju na dodiplomsko obrazovanje iz oblasti teorijske ekonomije i obično na nivou koji korišćenjem naprednih udžbenika iz dotične oblasti uključuje akademske aspekte koji se studentima daju putem primarnog znanja izabranog polja studija koje se nominuje kao oblast poslovnih i finansijskih studija. Studenti svoje stečeno znanje i razumijevanje problematike mogu primjenjivati na način na koji pokazuje profesionalni pristup nivoa rada i struci i posjeduju sposobnosti koje se demonstriraju putem stvaranja i održavanja argumentacije i rješavanja problema unutar datog polja usavršavanja. Studenti imaju sposobnost da prikupljaju i tumače relevantne podatke unutar svog polja studija i da daju sud koji uključuje mišljenje o relevantnim društvenim, finansijskim, naučnim i etičkim pitanjima. Studenti mogu prenositi informacije, ideje, probleme i rješenja ka stručnoj publici iz oblasti ekonomije kapitala i finansiranja razvoja. Poslije završetka studija studenti su osposobljeni da samostalno pristupaju naučno-istraživačkom radu i predlažu modele uspješnijeg upravljanja kapitalom i modele efikasnijeg i efektivnijeg finansiranja razvoju, kao i modele za rješavanje problema koji nastanu u ovoj oblasti.					
Ime i prezime nastavnika i saradnika:	u skladu sa Odlukom o odgovornim nastavnicima.					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	usmena izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metode i metode vježbanja, analiza slučaja, projektni zadatak, referate okruglih stolova, esejska pitanja, video prezentacija.					
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	Makroekonomija i ekonomski rast.					
2.	Strategija privrednog razvoja, rasta i stabilizacije.					
3.	Tržište, potrošnja i ekonomski rast.					
4.	Štednja, investicije i ekonomski rast.					
5.	Međunarodna trgovina i ekonomski rast.					
6.	Robni promet, izvoz i ekonomski rast.					
7.	Međunarodna trgovina i finansiranje privrednog razvoja.					
8.	Međunarodna tržište kapitala i strukturni razvoj.					
9.	Interna i eksterna ravnoteža i ekonomski rast.					
10.	Eksterna ravnoteža i ekonomski rast.					
11.	Finansiranje ekonomskog rasta.					
12.	Strategija međunarodnog i racionalnog finansiranja privrednog rasta.					
13.	Inostrani kapital u finansiranju ekonomskog razvoja, efekti uvoza kapitala.					
14.	Finansijske berze i finansiranje platnog bilansa.					
15.	Globalizacija megakapitala i investicija.					
	Seminarski rad.					
	Kolokvijum.					
	Test.					
Opterećenje studenata po predmetu:	4+2 nedeljni fond časova.					
Obaveze studenata:	prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.					
Literatura:	Ristić, Ž. Komazec, Klincov, R. Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja, Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka, 2011.					

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv		6. UPRAVLJANJE KORPORATIVNIM RIZICIMA				
Skraćeni naziv		Status	Semestar	ESPB	Fond časova (P+A+L)	
		O	II	5,0	60	30
Šifra predmeta		AC 660				
Školska godina od koje se program realizuje				2012/13.		
Vrsta i nivo studija, studijski programi: drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.						
Uslovljenost drugim predmetima: nije uslovljeno						
<p>Ciljevi izučavanja predmeta: u procesu globalizacije mali preduzetnici promatraju svoje poslovanje kao dio šireg integrisanog poslovnog sistema. Studenti će steći znanja o potrebi ulaska u globalnu arenu usljed brojnih razloga (prilika za tržišni rast, rast inostrane konkurencije, kontrola troškova i dr). Studenti će znati da se glavni rizici u mnogim strategijama za globalni poslovni poduhvat sastoje u tome što mali preduzetnici trebaju predati kontrolu nad svojim inostranim prodajama, procesima proizvodnje i marketinga, a na taj način se stvaraju konkurenti, ako se korisniku licence da previše znanja i kontrole. Studenti će steći znanja kako globalno razmišljanje zahtijeva stalno učenje o potencijalnim kupcima, tržištima, poslovnim tehnikama i kulturi zemalja u kojima namjeravaju poslovati.</p>						
<p>Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: teorijska, praktična i aplikativna znanja i vještine jesu ishodi studijskog programa u funkciji sticanja teorijskih i praktičnih znanja na studijama II ciklusa visokog obrazovanja, kao preduslov implementacije studijskog programa. Studenti će razumjeti fenomen globalnog menadžmenta, prednosti i rizika poslovanja malih preduzetnika i dovesti ga u vezu sa mogućom pozicijom na tržištu i praktične aspekte preduzetničkog procesa, čime će na izvjestan način biti preduzetnički inspirisani i usmjereni u pravcu preduzetničkog ponašanja, koji podrazumijeva prepoznavanje potencijala konkretne situacije: samostalnu procjenu poslovnih šansi, njihovu tržišnu valorizaciju, procjenu sopstvenih preduzetničkih sposobnosti, preduzetničkih strategija, kao i modeliranje poslovnog plana, čime se stvaraju preduslovi za uspješno pokretanje i vođenje preduzetničkog poduhvata i njegovo vođenje u uslovima tržišne privrede.</p>						
<p>Ime i prezime nastavnika i saradnika: u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</p>						
<p>Metod nastave i savladavanje gradiva: usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju analizu slučaja, projektne zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.</p>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	Globalni biznis i rizik. Teorija korporativnog rizika, vrste i oblici rizika.					
2.	Operativni rizik, kamatni rizik, valutni rizik.					
3.	Rizik globalizacije biznisa, rizik finansijskog tržišta i berzanskog poslovanja.					
4.	Globalno tržište malih preduzetnika.					
5.	Značaj razvoja tehnologije i rastuće međuzavisnosti svjetskih privreda.					
6.	Međunarodno preduzetništvo.					
7.	Promjene globalne poslovne okoline.					
8.	Potreba razvoja novih modela i izvora konkurentskih prednosti.					
9.	Pregled svih rizika menadžmenta koji se primjenjuju na korporativnu strategiju.					
10.	Adekvatna reakcija menadžmenta na rizik.					
11.	Poslovna inteligencija, aplikacija CAM.					
12.	Finansijski modeli za upravljanje rizikom.					
13.	Prednosti i rizici malog preduzetništva.					
14.	Ekonomski rast kroz preduzetničke inovacije.					
15.	Praktična obuka i praksa. Case Study.					
	Kolokvijum.					
	Seminarski rad.					
	Test.					
Opterećenje studenata po predmetu: 4+2 nedjeljni fond časova.						
<p>Obaveze studenata: prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</p>						
Literatura:						
Hisrich, D. Peters, P. Shepard, A: Poduzetništvo, Mate, Zagreb, 2011.						
Kelley, J. Bosma, N. Amoros, E: Global Entrepreneurship Monitor, Wellesley, Babson, 2011.						
Dess, G. Lumpkin, T. Taylor, L: Strategic Management, McGraw Hill, New York, 2005.						
Radić, R, Creative Management, EDS, Penang, Malesia, 2009.						

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv		7a. UPRAVLJANJE MARKETINGOM				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ESPB	Fond časova (P+A+L)		
	Izborni	II	5	60	30	
Šifra predmeta	MK 810					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/13.					
Vrsta i nivo studija, studijski programi:	drugi ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.					
Uslovljenost drugim predmetima:	nije uslovljeno					
Ciljevi izučavanja predmeta:	ovaj kurs je osmišljen da pruži studentima prošireno razumijevanje koncepta marketinga i strateške aspekte marketing menadžmenta. Posebna pažnja je posvećena tehnikama i alatima za efektivno odlučivanje i dopunjavanje teorije sa praktičnim primjerima slučajeva. Kreativni menadžment i marketing u internacionalnom poslovanju-šanse i opasnosti.					
Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa:	nakon položenog ispita, studenti će moći primjenjivati svoja znanja i vještine na sve proizvode ili usluge i da razumiju sljedeće teme iz Marketinga: 1. Marketing i marketing miks; 2. Marketing informacije i ponašanje kupaca; 3. Planiranje i kontrola marketinga; 4. Proizvodi, cijene i kanali distribucije; 5. Promocija i strategije marketing miksa; 6. Kreativni marketing; 7. Internacionalno privređivanje; 8. Internacionalni menadžment; 9. Principi internacionalnog menadžmenta; 10. Menadžment u uslovima tranzicije.					
Ime i prezime nastavnika i saradnika:	u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.					
Metod nastave i savladavanje gradiva:	usmeno izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metoda i metoda vježbanja. Nastavni modaliteti inkorporiraju analizu slučaja, projektne zadatke, referate okruglih stolova, esejska pitanja, pismene vježbe, domaće radove, tekstove, mentorski rad i video prezentacije.					
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	Definisanje prometa. Mjesta prometa.					
2.	Poslovne promjene u marketingu i poslovanju.					
3.	Orijentacija kompanije ka tržištu: koncept proizvodnje; koncept proizvoda; koncept prodaje; koncept marketinga.					
4.	Holistički koncept marketinga.					
5.	Jezgro marketinškog koncepta.					
6.	Marketing miks: proizvod, cijena, mjesto, promocija.					
7.	Razvoj marketinških strategija i planova.					
8.	Segmentacija kupaca.					
9.	Proces ispitivanja tržišta.					
10.	Proces realizacije nove ponude.					
11.	Proces upravljanja odnosa sa kupcima.					
12.	Preduzeća i podjele strateškog planiranja.					
13.	Poslovne metode i tehnike.					
14.	Modeli organizacije marketinga.					
15.	Kreiranje sistema menadžerske podrške kreativnom marketingu.					
	Kolokvijum.					
	Seminarski rad.					
	Test.					
Opterećenje studenata po predmetu:	4+2 nedjeljni fond časova.					
Obaveze studenata:	prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.					
Literatura:	Kotler, P: Upravljanje marketingom, Mate, Zagren, 2014. Tihi, B. Čičić, M. Brkić, N: Marketing, Ekonomski fakultet, Sarajevo, 2011.					
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:	Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:					
	<ul style="list-style-type: none"> • Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće: <ul style="list-style-type: none"> - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova; - Kolokvijum - 20 bodova; 					

- Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
 - Završni ispit - minimum 40 bodova.
- Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Pun naziv	7b. UPRAVLJANJE FINANSIJAMA MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA					
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova (P+A+L)		
	Izborni	II	5	60	30	
Šifra predmeta	AC 661					
Školska godina od koje se program realizuje	2012/2013					
Vrsta i nivo studija, studijski programi: <i>akademski, II ciklus, Menadžment i marketing malih i srednjih preduzeća.</i>						
Uslovljenost drugim predmetima: <i>položen ispit iz predmeta Metodologija naučno-istraživačkog rada.</i>						
<p>Ciljevi izučavanja predmeta: <i>opšti cilj izučavanja je širenje teorijskih i praktičnih znanja i vještina iz oblasti upravljanja finansijama malih i srednjih preduzeća sa inputima praktične nastave i stručne prakse. Efikasna praktična primjena nastavnog gradiva studijskog programa jeste ciljna funkcija predmetnog sadržaja sa implementirajućim znanjima aplikativnog softvera efikasnog upravljanja finansijama malih i srednjih preduzeća. Strateški cilj ovog predmeta jeste teorijsko-metodološka i empirijska verifikacija finansija malih i srednjih preduzeća, kao i fundamentalno širenje mogućnosti upravljanja finansijama malih i srednjih preduzeća uz praktičnu implementaciju u cilju efikasnog i efektivnog upravljanja finansijama tih privrednih subjekata.</i></p> <p>Ishodi učenja i kvalifikacije drugog ciklusa: <i>kvalifikacije koje označavaju završetak drugog ciklusa dodjeljuju se studentima koji su pokazali znanje i razumijevanje u polju studije problematike finansija malih i srednjih preduzeća, koja se nadograđuje na dodiplomsko obrazovanje iz oblasti poslovnih finansija. Studenti svoje stečeno znanje i razumijevanje problematike mogu primjenjivati na način koji pokazuje profesionalni pristup nivoa rada i struci i posjeduju sposobnosti koje se demonstriraju putem stvaranja i održavanja argumentacije i rješavanja problema unutar datog polja usavršavanja. Studenti imaju sposobnost da prikupljaju i tumače relevantne podatke unutar svog polja studija i da daju sud koji uključuje mišljenje o relevantnim društvenim, ekonomskim, finansijskim, naučnim i etičkim pitanjima. Studenti mogu stručnoj publici prenositi informacije, ideje, rješenja kako efikasno upravljati finansijama malih i srednjih preduzeća. Poslije završetka studija studenti su osposobljeni da samostalno pristupaju naučno-istraživačkom radu i predlažu modele uspješnijeg upravljanja finansijama i modele efikasnijeg i efektivnijeg vođenja finansija malih i srednjih preduzeća, kao i modele za rješavanje problema koji nastanu u ovoj oblasti.</i></p>						
Ime i prezime nastavnika i saradnika: <i>u skladu sa odlukom o odgovornim nastavnicima.</i>						
Metod nastave i savladavanje gradiva: <i>usmena izlaganje, razgovor i diskusija, tekst metode i metode vježbanja, analiza slučaja, projektni zadatak, referate okruglih stolova, esejska pitanja, video prezentacija.</i>						
Sadržaj predmeta po sedmicama:						
1.	<i>Upravljanje finansijama versus finansijski menadžment.</i>					
2.	<i>Korporativno finansiranje.</i>					
3.	<i>Poslovne i preduzetničke finansije malih i srednjih preduzeća.</i>					
4.	<i>Formiranje kapitala malih i srednjih preduzeća.</i>					
5.	<i>Finansiranje investicija malih i srednjih preduzeća.</i>					
6.	<i>Interno i eksterno finansiranje malih i srednjih preduzeća.</i>					
7.	<i>Budžetiranje i kreditiranje malih i srednjih preduzeća.</i>					
8.	<i>Zajmovno finansiranje malih i srednjih preduzeća.</i>					
9.	<i>Kofinansiranje.</i>					
10.	<i>Sufinansiranje.</i>					
11.	<i>Finansijsko upravljanje malih i srednjih preduzeća.</i>					
12.	<i>Oporezivanje biznisa i dividendi.</i>					
13.	<i>Analiza uspješnosti poslovanja malih i srednjih preduzeća.</i>					
14.	<i>Finansijsko upravljanje u cilju efikasnijeg poslovanja.</i>					
15.	<i>Finansijsko restrukturiranje malih i srednjih preduzeća.</i>					
	<i>Seminarski rad.</i>					
	<i>Kolokvijum.</i>					
	<i>Test.</i>					
Opterećenje studenata po predmetu: <i>4+2 nedeljni fond časova.</i>						
Obaveze studenata: <i>prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave, kolokvijum, pristupni rad, rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji, prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću bez objavljivanja rada i završni ispit.</i>						
Literatura: <i>Ristić, Ž. Vukša, S: „Poslovne i preduzetničke finansije“, Etnistil, Beograd, 2010.</i> <i>Ivanišević, M: „Poslovne finansije“, Ekonomski fakultet, Beograd, 2011.</i> <i>Miškin, F: „Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta“, Datastatus, Beograd, 2010.</i>						

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje: Student, predispitne obaveze, koje obuhvataju 100 bodova, može ostvariti preko jednog od sljedećih oblika rada:

- Student bira aktivnosti u okviru predispitnih aktivnosti koje obuhvataju maksimalno 60 bodova, a odnose se na sljedeće:
 - Prisustvo nastavi i aktivnost u toku nastave - 20 bodova;
 - Kolokvijum - 20 bodova;
 - Realizovano istraživanje iz područja predmeta, odnosno pristupni rad - 30 bodova (obavezan oblik rada);
 - Rad objavljen u časopisu ili naučnoj konferenciji - 20 bodova;
 - Prisustvo naučnom/stručnom skupu sa certifikatom o učešću, bez objavljivanja rada - 10 bodova.
- Završni ispit - minimum 40 bodova.

Napomena - Student ima pravo pristupiti završnom ispitu sa pristupnim radom bez ostvarenih drugih oblika rada.

Posebna napomena za predmet:

Pun naziv	8. ZAVRŠNI RAD				
Skraćeni naziv	Status	Semestar	ECTS	Fond časova	
	obavezan	II	15	konsultacije	Mentorski rad