

**UNIVERZITET U ZENICI / UNIVERSITY OF ZENICA  
EKONOMSKI FAKULTET / FACULTY OF ECONOMICS**



**INOVIRANI NASTAVNI PLAN I PROGRAM  
II (DRUGOG) CIKLUSA STUDIJA**

**ODSJEK: MENADŽMENT PREDUZEĆA**

Zenica, maj 2020. godine

## **SADRŽAJ**

I.	<b>UVODNE NAPOMENE.....</b>	3
II.	<b>NASTAVNI PLAN - studijski program Menadžment preduzeća.....</b>	9
III.	<b>NASTAVNI PROGRAM - odsjek Menadžment preduzeća.....</b>	10
	<b>Prilog 1. OPIS IZMJENA I DOPUNA STUDIJSKOG PROGRAMA.....</b>	31

## I. UVODNE NAPOMENE

Magistarski studij na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici je pokrenut kao odgovor na stalne promjene u užem i širem okruženju koje zahtijevaju kontinuirano stvaranje novih vrijednosti i visokoobrazovane stručnjake koji mogu kreativno i uspješno odgovoriti na izazove. Studijski program Menadžment preduzeća je namijenjen onima koji žele kombinovati konceptualna znanja i vještine iz biznisa sa praktičnim znanjima i vještinama iz menadžmenata. Ovaj program pruža najprije osnovna znanja iz biznisa i menadžmenta, a zatim osigurava menadžerska znanja i alate u pojedinim područjima kao što su: razumijevanje biznisa, preduzetnički menadžment, strateški menadžment, organizacijsko ponašanje, itd. U skladu sa čl.131. Zakona o visokom obrazovanju Zeničko-dobojskog kantona (Sl. nov. br. 06/09,09/13, 13/13 i 4/15) i čl. 180.,181.,183. i 338. Statuta Univerziteta u Zenici na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici je nakon isteka četverogodišnjeg perioda prepoznata potreba da se na drugom (II) ciklusu jednogodišnjeg studija pristupi inoviranju nastavnog plana i programa studijskog odsjeka: Menadžment preduzeća sukladno Proceduri za preispitivanje i inoviranje studijskih programa na Univerzitetu. Odlukom Senata Univerziteta u Zenici br. 01-02-1-\_\_\_\_/20 od \_\_\_\_\_.2020. godine, planirani projektni zadatak je ostvaren u konačnici pozitivnim mišljenjem.

U nastojanju da se što je moguće više intenziviraju aktivnosti na međunarodnom priznavanju diploma i daljoj implementaciji Bolonjskog procesa Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici je od akademске 2009/2010. godine počeo sa realizacijom jednogodišnjeg master studija koji traje dva semestra sa ukupno 60 ECTS bodova. Studij je baziran na usvajanju savremenih naučnih i istraživačkih dostignuća iz oblasti ekonomije i namijenjen je prvenstveno diplomiranim ekonomistima, ali i svim diplomiranim studentima ostalih srodnih fakulteta iz Bosne i Hercegovine i izvan nje, koji žele unaprijediti i poboljšati svoja znanja iz ove naučne oblasti. U zimskom semestru opterećenje studenata nastavom je predviđeno od 240 sati ili 16 sati sedmično (4-obavezna predmeta), a što odgovara 30 ECT(A)S bodova (4 x 7,5), dok je u ljetnom semestru 120 sati ili 8 sati sedmično (1 obavezni + 1 obvezni predmet sa liste smjerskih predmeta), a što odgovara 13 ECT(A)S bodova (7,5 +5,5). Tome treba pridodati i predviđeno opterećenje u ljetnom semestru za prijavu i izradu magistarskog rada od 17 ECT(A)S bodova. Dakle, ukupno opterećenje studenata od 60 ECT(A)S na oba odsjeka drugog (II) ciklusa studija je ravnomjerno raspoređeno i po semestru iznosi 30 ECT(A)S bodova.

Način izvođenja studijskog programa je mješoviti (klasični + *on line*) koji podrazumijeva održavanje *on-line* nastave u sedmoj i 14. sedmici putem platforme *google.classroom* i aplikacije *meet*. Uslovi upisa na drugi (II) ciklus studija su propisani Zakonom o visokom obrazovanju Zeničko-dobojskog kantona i Statutom Univerziteta u Zenici. Studenti koji nisu završili prvi stepen na Ekonomskom fakultetu sa ostvarenih 240 ECT(A)S dužni su položiti razliku predmeta koji su preduvjet za polaganje ispita predviđenih nastavnim planom i programom drugog (II) ciklusa studija. Navedenu razliku studenti polažu podnošenjem prijave ispita Studentskoj službi u redovnim rokovima objavljenim putem oglasne ploče pred odgovornim nastavnikom. Studenti imaju pravo, a ne obavezu pohađati nastavu iz predmeta koji su preduvjet za polaganje ispita predviđenih nastavnim planom i programom drugog (II) ciklusa studija. Nakon položena tri preduvjetna predmeta (Osnove menadžmenta, Strateški menadžment i Organizacijsko ponašanje) student stječe pravo upisa konačne ocjene iz predmeta predviđenih nastavnim planom i programom drugog (II) ciklusa studija. Rezultat ovog studija treba da budu ne samo budući menadžeri već i poslovni analitičari sa odličnim poznавanjem logike odvijanja poslovnih procesa.

Odbranom rada studenti stiću zvanje magistra ekonomije sa naznakom odsjeka: Menadžment preduzeća.

Preispitivanje studijskog programa utvrđeno je izradom internog samoevaluacionog izvještaja studijskog programa Menadžment preduzeća čiji sadržaj odgovara rezultatima analize sljedećih kriterija i indikatora:

Kriteriji	Indikatori
1. Opšte informacije	<p>Studijski program Menadžment preduzeća omogućava usvajanje znanja i vještina iz područja naučne oblasti Menadžmenta i organizacija, koje će studentima omogućiti sticanje neophodnih menadžerskih znanja i vještina za uspješno upravljanje i vođenje preduzeća, banaka, ustanova u obrazovanju, kulturi, zdravstvu, sportu; javnim službama; vladinim institucijama kao i ostalim djelatnostima. Studij je kreiran tako da osposobi studente za uspješno obavljanje menadžerskih funkcija na bilo kom nivou manadžmenta.</p>
2. Obrazovni ciljevi i ishodi učenja	<p><b>2.1 Nivo i orijentacija</b>            Studijski program drugog (II) ciklusa studija, odjsek Menadžment preduzeća.</p> <p><b>2.2 Specifični zahtjevi za datu oblast</b>            Studijski program Menadžment preduzeća je namijenjen onima koji žele kombinovati analitička znanja iz ekonomije i biznisa sa praktičnim znanjima i vještinama menadžmenata. Ovaj program pruža najprije osnovna znanja iz biznisa i menadžmenta, a zatim osigurava menadžerska znanja i alate u pojedinim područjima. Pored navedenih znanja, budući menadžeri se kroz istraživačke metode obrazuju za korištenje analitičkih metoda i tehnika u savremenom upravljanju.</p>
3. NPP (kurikulum)	<p><b>3.1 Usklađenost ciljeva i sadržaja studijskog programa</b>            Ciljevi i sadržaj studijskog programa su usklađeni na način da nastavne jedinice u potpunosti odgovaraju ciljevima predmeta. Univerzitet u Zenici u skladu sa okvirnim zakonskim aktima Okvirnim Zakonom o visokom obrazovanju u Bosni i Hercegovini (Službeni glasnik BiH 59/09), Zakonom o visokom obrazovanju Zeničko-dobojskog kantona (Službene novine ZDK 06/09), a u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici i Pravilnikom o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija na Univerzitetu Zenici ima jasno izrađenu proceduru za pokreatanje novih studijskih programa na Univerzitetu u Zenici sa jasno definisanim elementima studijskog programa, a koja je javno dostupna na web stranici Univerziteta u Zenici. Isthodi učenja su direktno povezani sa standardima i kvalifikacijama kako u BiH tako i Evropskog prostora visokog obrazovanja. U novom nastavnom planu i programa su također navedeni i ECTS bodovi u skladu sa Statutom uvažavajući odrednice o ukupnom zbiru ECTS bodova od 30 (trideset) za svaki semestar, odnosno 60 za svaku akademsku godinu.</p> <p><b>3.2 Uskladivanje profesionalnih i akademskih zahtjeva</b>            Prilikom izrade nastavnog plana i programa vodilo se računa o potrebama i zahtjevima privrednih subjekata.</p> <p><b>3.3 Usklađenost (koherencija) nastavnog plana i programa</b>            Nastavni plan i program je strukturom usklađen sa preostalim nastavnim planovima i programima drugog (II) ciklusa na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici (Računovodstveno revizijski menadžment, Lokalni ekonomski razvoj i politika i Poslovne i javne finansije). Ciljevi studijskog programa Menadžment preduzeća prate elemente neophodne za podudarnost sa sličnim studijskim programima iz ove oblasti kako na visokoškolskim ustanovama u BiH, regionu tako i zemljama EU jer su jasno definirani i usklađeni sa standardima i normativima za oblast menadžment.</p> <p><b>3.4 Radno opterećenje</b>            U zimskom semestru opterećenje studenata nastavom je predviđeno od 240 sati ili 16 sati sedmično (4-obavezna predmeta), a što odgovara 30 ECT(A)S bodova (4 x 7,5), dok je u ljetnom semestru 120 sati ili 8 sati sedmično (1</p>

	<p>obavezni + 1 obavezni predmet sa liste smjerskih predmeta), a što odgovara 13 ECT(A)S bodova (7,5+5,5). Tome treba pridodati i predviđeno opterećenje u ljetnom semestru za prijavu i izradu magistarskog rada od 17 ECT(A)S bodova. Dakle, ukupno opterećenje studenata od 60 ECT(A)S na oba odsjeka drugog (II) ciklusa studija je ravnomjerno raspoređeno i po semestru iznosi 30 ECT(A)S bodova.</p> <p><b>3.5 Usklađenost (koherentnost) između organizacije procesa učenja i sadržaja nastavnog plana i programa</b></p> <p>Studenti u zimskom semestru imaju 16 sati nastave, dok u ljetnom semestru imaju 8 sati nastave uvažavajući činjenicu da je planirana izrada magistarskog rada u drugom semestru drugog (II) ciklusa studija.</p> <p><b>3.6 Završni rad (I i II ciklusa)</b></p> <p>U skladu sa aktima osiguranja kvaliteta Univerzitet u Zenici ima jasnu proceduru za prijavu, odobrenje, izradu i odbranu diplomskog rada koja se primjenjuje na svim studijskim programima. Također u sklopu Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija Odjeljak F definirana je prijava i odbrana završnog rada. Nakon završetka studija studenti stiču zvanje magistra ekonomije sa naznakom Odsjeka.</p>
4. Ljudski resursi	<p><b>4.1 Kvalitet nastavnog kadra</b></p> <p>Nastavu izvode zaposlenici i saradnici Univerziteta u Zenici. Postoji jasno utvrđeno strateško planiranje u skladu sa redovnim godišnjim izvještajima o upravljanju ljudskim resursima. Studijski program kao dio integrisanog Univerziteta u Zenici ima jasno definisane kriterije za izbor i angažman akademskog osoblja, a u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici i Pravilnikom o postupku i uslovima izbora nastavnika i saradnika na Univerzitetu u Zenici. Obzirom da je studijski program Menadžment preduzeća interdisciplinaran u nastavni proces se uključuju i nastavnici iz drugih oblasti, drugih visokoškolskih ustanova i stručnjaci iz prakse koji praktično obogaćuju ovaj studijski program povezujući teoriju i praksu. Prikazom i uvidom u mobilnost nastavnog osoblja i studenata jasno se može vidjeti aspekt internacionalizacije studijskog programa koji se ogleda u primjenjivosti i učešću u internacionalizaciji.</p> <p><b>4.2 Usklađivanje profesionalnih i akademskih zahtijeva</b></p> <p>U cilju prepoznatljivosti izlaznih zvanja završenika drugog (II) ciklusa studija sukladno potrebama tržišta rada i savremenim kretanjima u oblasti menadžmenta predviđena je prilagodba kompetencija izlaznog zvanja završenika. Sukladno Zakonu i Statutu izvršene su i izmjene predmetno planske strukture utvrđene u ranijem nastavnom planu i programu, s tim što te izmjene ne prelaze 20% ranijeg nastavnog plana i programa. Odrednice nastavnih predmeta u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici (čl. 181, 182. i 183.) propisuju: sadržaj nastavnih predmeta, način izvođenja nastave, način polaganja ispita i drugih oblika provjere znanja, u skladu sa studijskim programom, preporučene udžbenike, priručnike i drugu literaturu neophodnu za pripremu i polaganje ispita iz pojedinih nastavnih predmeta.</p> <p><b>4.3 Broj zaposlenog nastavnog kadra</b></p> <p>Ukupan broj zaposlenih je 16. Analizom dostavljenih dokumenata i uvidom u priloge u sklopu Samoevaluacijskog izvještaja, a u skladu sa Odlukom o standardima i normativima za obavljanje djelatnosti visokog obrazovanja na području Zeničko-dobojskog kantona (Službene novine ZDK 4/13), broj akademskog osoblja u skladu je sa standardima i normativima.</p>

5. Studenti	<p><b>5.1 Ocjenjivanje i testiranje</b></p> <p>Univerzitet u Zenici kao integrisana ustanova jasno je definirao načine ocjenjivanja studenta. Statut Univerziteta u Zenici (član 196., član 193.) i Pravilnik o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija UNZE (odjeljak E Članovi 29 - 44) jasno definiraju način ocjenjivanja studenta i javno su dostupni na web stranici. Univerzitet u Zenici ima jasno priznatu i usvojenu Proceduru za prijavu i polaganje ispita koja definiše transparentnost ocjenjivanja i mogućnost podnošenja žalbe na ocjenjivanje te je dostupna na web stranici.</p> <p><b>5.2 Praktična nastava</b></p> <p>Praktična nastava se odvija posjetama različitim kompanijama s ciljem povezivanja teorije i prakse. Također, u nastavni proces su uključeni stručnjaci iz prakse do 30% od ukupnog fonda sati.</p> <p><b>5.3 Uslovi za upis studenata na studijski program</b></p> <p>Upis studenata na studijski program definisan je u skladu sa zakonskim aktima, u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici član 176. i 177. i u skladu sa Odjeljkom D. Članovi 25 - 28. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija Univerziteta u Zenici. Studenti koji nisu završili prvi stepen na Ekonomskom fakultetu (240 ECTS) dužni su položiti razliku predmeta koji su uslov za polaganje predmeta predviđenih nastavnim planom i programom, i to: Osnove menadžmenta, Strateški menadžment i Organizacijsko ponašanje.</p> <p><b>5.4 Uključenost studenata u unapređenje nastavnih i procesa učenja</b></p> <p>Predstavnici studenata su uključeni u sve elemente rada na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici kako u Naučno-nastavnom vijeću, Odboru za kvalitet tako i u drugim ad hoc tijelima neophodnim za funkcionisanje i rad Fakulteta, u skladu sa potrebama osiguranja kvaliteta (Član 113. Statuta Univerziteta u Zenici definira da broj studeanta ne može biti manji od 15% u radu NNV-a).</p> <p><b>5.5 Mjere za promoviranje mobilnosti, uključujući i uzajamno priznavanje kredita/bodova</b></p> <p>Univerzitet u Zenici je putem Statuta Univerziteta u Zenici, Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija Član 42. i 43. i Pravilnika o ECT(A)S sistemu i razvojem i usvajanjem Procedure za priznavanje programa i perioda studija radi nastavka školovanja na Univerzitetu u Zenici izradio mehanizme koji omogućavaju bilateralnu kooperaciju i razmjenu studenata u različitim programima i vidovima saradnje. Mobilnost je dobro promovisana na studijskom programu i uvidom u izvještaje o mobilnosti nastavnog osoblja jasno se može utvrditi da se ista vrednuje u radu akademskog osoblja i studenata. U ovaj proces su uključeni kako prodekan za nastavu Ekonomskog fakulteta, ECTS koordinator, i šefovi studijskih programa. Kadrovsко osnaživanje ove službe direktno je vezano za finansijsko poslovanje osnivača i odluku osnivača. Važno je napomenuti da studenti sve više pokazuju interes za prijavu na Erasmus+ programe mobilnosti i druge međunarodne programe što je rezultiralo poboljšanjem mobilnosti studenata u odnosu na raniji period.</p> <p><b>5.6 Savjetovanje studenata i konsultacije</b></p> <p>Konsultacije su predviđene redovnim sedmičnim terminima koje svaki nastavnik dostavlja na početku akademске godine.</p>
-------------	--

	<p><b>5.7 Sistem informiranja i žalbi</b>  Svi elementi procesa, resursi fizički i intelektualni, se ocjenjuju i evaluiraju na krajog svakog semestra od strane studenata koji imaju mogućnosti iskazati eventualne pritužbe.</p>
6. Fizički resursi	<p><b>6.1 Materijalni aspekti</b>  Na osnovu prikazanih informacija i uvidom u stanje resursa postoje jasni dokazi da postoje resursi koji su u skladu sa standardima i normativima za licenciranje studijskih programa. Svi resursi su dostupni studentima na korištenje. Studijski program posjeduje izuzetno dobro opremljen informatički kabinet sa specifičnim materijalima i resursima za užu naučnu oblast Menadžment i organizacija, kao i tehničku opremu za simulaciju video-konferencija, e-sastanaka i sl. Bibliotečki resursi su dostupni kako za dopunsку, tako i obaveznu literaturu. Studentska služba je otvorena za rad sa studentima u dvije smjene, što predstavlja veliku administrativnu podršku studentima prvog i drugog ciklusa. Na web stranici moguće je pronaći virtuelni prikaz zgrade koji omogućava studentu lakšu orijentaciju. Obzirom da postoji plan ulaganja u fizičke resurse i opremu postoji jasna predanost studijskog programa i visokoškolske ustanove da unapređuje ovaj proces, ali je on ipak limitiran dostupnim budžetskim sredstvima ili zavisi od sredstava koje studijski program obezbijedi putem učešća u raznim projektima.</p>
7. Unutrašnje osiguranje kvaliteta	<p><b>7.1 Rezultati evaluacije</b>  U sklopu svojih redovnih aktivnosti Samoevaluacijskog izvještaja svake godine i sprovođenja redovnih aktivnosti ocjenjivanja nastavnog procesa od strane studenata Studijski program, a u skladu sa aktivnostima cijelog Univerziteta, prikuplja i analizira podatke o svom akademskom osoblju i na osnovu toga pravi određene planove i analize.</p> <p><b>7.2 Mjere za unapređenje studijskog programa</b>  U skladu sa normativnim i zakonskim aktima postoji redovno praćenje i analiza informacija sa ciljem unapređenja studijskog programa, a za analizu se uzimaju informacije i rezultati ankete studenata o ocjeni nastavnog procesa, mišljenja vanjskih stručnjaka kao i međunarodni trendovi napretka i razvoja specifične naučne oblasti. Mjere za unapređenje studijskog programa predviđene su Akcionim planom naknadnih aktivnosti za poboljšanje kvaliteta nakon izdatog Rješenja o akreditaciji studijskog programa od 29. 03. 2019.</p> <p><b>7.3 Uključivanje saradnika/kolega, studenata, svršenih studenata (alumni) i tržišta rada/profesije</b>  Studijski program Menadžment preduzeća ima jasno utvrđene elemente usklađenosti sa zahtjevima tržišta rada. U skladu s tim Odlukom Senata Univerziteta u Zenici, a na prijedlog Naučno-nastavnog vijeća Ekonomskog fakulteta formiran je Ekonomsko-poslovni savjet Univerziteta u Zenici sa sjedištem na Ekonomskom fakultetu koji je uključen u proces razvoja kvaliteta na studijskom programu „Menadžment preduzeća“. U odgovoru na aktuelne zahtjeve privrednog razvoja od ogromnog značaja mogu biti i već otpočete tematske rasprave na Ekonomsko-poslovnom savjetu. Rad ovog tijela privrednika sa sjedištem na Ekonomskom fakultetu je izuzetno značajan, jer potvrđuje jedan izraziti stepen saradnje Ekonomskog fakulteta s privredom, a prepoznat je kao značajan faktor poboljšanja nastavnog procesa angažiranjem stručnjaka iz prakse.</p>
8. Postignuti rezultati	<p><b>8.1 Ostvareni nivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studijski program svake godine provodi samoevaluacijski proces, a zakonski je obavezan revidirati i inovirati nastavni plan i program svake četiri godine;</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Studijski program ima utvrđen vid komunikacije koji jasno ocjenjuje potrebe tržišta rada i identificuju potrebe izmjene i unapređenja nastavnog procesa;</li><li>- Kontinuirano se prate elementi realizacije međunarodnih ugovora sa ciljem jačanja mobilnosti nastavnog osoblja i studenata kao i stručnog usavršavanja.</li></ul> |
|--|--|

### **8.2 Ishod učenja**

Nastavni plan i program studijskog progarma Menadžment jasno sadrži sve neophodne elemente koji ukazuju na jasan pregled obaveznih i izbornih predmeta, jasno imaju prikazano i podijeljeno opterećenje studenta sa iskazanim ECTS kreditima, a u skladu sa normativima i standardima. Svaki pojedinačni silabus predmeta ima jasno prikazan način provjere znanja studenta i vrednovanja rada studenta. Bodovanje i izrada završnog rada su jasno prikazani uz prikaz obavezne i dodatne literature za svaki predmet.

## II. NASTAVNI PLAN

Studijski program: **Menadžment preduzeća**

	<b>UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET</b>						
<b>NASTAVNI PLAN STUDIJSKOG PROGRAMA: MENADŽMENT PREDUZEĆA</b>							
Šifra predmeta	R. br.	NAZIV PREDMETA	1. semestar (zimski)				NASTAVNIK/SARADNIK
			P	V	LV	ECT(A)S	
04K40-049	1.	Istraživačke metode u ekonomiji	60	-	-	7,5	Prof. dr. Šefik Baraković
06K21-0	2.	Razumijevanje biznisa	60	-	-	7,5	Doc. dr. Dženan Kulović
06K21-050	3.	Poduzetnički menadžment	60	-	-	7,5	Prof. dr. Rifet Đogić
06K21-052	4.	Strateške alijanse	60	-	-	7,5	Prof. dr. Dijana Husaković
<b>Broj sati u sedmici P/V/LV</b>			16	-	-		
<b>Ukupan broj sati u sedmici</b>			<b>16</b>				
<b>Ukupan broj kreditnih bodova</b>						<b>30</b>	
Šifra predmeta	R. br.	NAZIV PREDMETA	2. semestar (ljetni)				NASTAVNIK/SARADNIK
			P	V	LV	ECT(A)S	
06K21-0	1.	Kros-kulturalni menadžment	60	-	-	7,5	Doc. dr. Dženan Kulović
06K20-0	2.	Marketing strategija	60	-	-	5,5	Prof. dr. Ishak Mešić
06K21-055	2.	Menadžment zasnovan na vrijednosti	60	-	-	5,5	Prof. dr. Rifet Đogić
06K21-053	2.	Poslovna strategija	60	-	-	5,5	Doc. dr. Dženan Kulović
06K21-057	2.	Organizacijska kultura	60	-	-	5,5	Prof. dr. Dijana Husaković
06K19-011	3.	Magistarski rad	-			17	Imenovani mentor
<b>Broj sati u sedmici P/V/LV</b>			8	-	-	30	
<b>Ukupan broj sati u sedmici</b>			<b>8</b>				
<b>Ukupan broj kreditnih bodova</b>						<b>30</b>	

**LEGENDA:** P-predavanje, V-vježbe, LV-laboratorijske vježbe, ECT(A)S-broj kredita

R. br.	PREDMET	ECT(A)S					
		Kreditni bodovi					
		P	V	S	PI	UI	$\Sigma$
1.	Istraživačke metode u ekonomiji	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
2.	Razumijevanje biznisa	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
3.	Poduzetnički menadžment	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
4.	Strateške alijanse	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
1.	Kros-kulturalni menadžment	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
2.	Marketing strategija	2	-	2,5	1	1	5,5
2.	Menadžment zasnovan na vrijednosti	2	-	2,5	1	1	5,5
2.	Poslovna strategija	2	-	2,5	1	1	5,5
2.	Organizacijska kulutra	2	-	2,5	1	1	5,5
3.	Magistarski rad	-	-	-	-	1	17
<b>UKUPNO / TOTAL</b>							<b>60</b>

**LEGENDA:** P-predavanje, V-vježbe, S-seminarski rad, PI-pismeni ispit, UI-usmeni ispit,  $\Sigma$ -ukupno

### III. NASTAVNI PROGRAM

#### ODSJEK: MENADŽMENT PREDUZEĆA



UNIVERZITET U ZENICI  
EKONOMSKI FAKULTET



#### Naziv predmeta: ISTRAŽIVAČKE METODE U EKONOMIJI

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra						
		Predavanja	Vježbe								
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	04K40-049						
<b>Nastavnik:</b> Prof. dr. Šefik Baraković <b>E-mail:</b> barakovicsefik@yahoo.de		<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>									
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Nema									
<b>Cilj predmeta</b>	Povećati značajan doprinos kvalitetu stručnih i naučnih radova studenata i mlađih istraživača.										
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Ovladavanje metodama istraživanja neophodnim za istraživački rad, profesionalni rad, izradu magistarskog rada, naučno-stručnih članaka za objavu u naučno-stručnim časopisima.										
<b>Program predmeta:</b>											
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Istraživanje i istraživačka filozofija</li> <li>▪ Etika u istraživanju</li> <li>▪ Vrste istraživanja i odabir metodološkog pristupa</li> <li>▪ Faze istraživačkog rada i oblikovanje hipoteza</li> <li>▪ Nacrt istraživanja, određenje uzorka i instrumenti istraživanja</li> <li>▪ Prikupljanje literature, pretraživanje baza podataka i kataloga biblioteka najznačajnije dostupne baze preko Interneta</li> <li>▪ Razvoj teorijskog okvira</li> <li>▪ Definiranje ciljeva i istraživačkih pitanja</li> <li>▪ Obrada, analiza i prikazivanje istraživanja</li> <li>▪ Upoznavanje sa STATA software-om</li> <li>▪ Obrada podataka</li> <li>▪ Deskriptivne analize (uni-&amp; bivariate)</li> <li>▪ Statističke metode zaključivanja (t-test, prostolinearna i višestruka linearna regresija, binarna regresija)</li> <li>▪ Upotreba regresije u ekonomskim istraživanjima</li> </ul>											
<b>Izvođenje nastave:</b>											
Predavanja se izvode uz upotrebu nastavnih sredstava, shema i grafičkih prikaza, kao i tehnika aktivnog učenja i uz aktivno učešće studenata. Na predavanjima se analiziraju i rješavaju (studij slučaja) problemi iz različitih ekonomskih problema. Uz to studenti izrađuju seminarske radove koji se prezentiraju i vodi rasprava o predmetnom problemu sa svim studentima.											
<b>Provjera znanja:</b>											
Provjera znanja studenata se vrši putem testa. Uz to studenti izrađuju seminarske radove koji se prezentiraju i vodi rasprava o predmetnom problemu sa svim studentima. Završnim usmenim ispitom se vrši ocjenjivanje teorijskog znanja studenata i sposobnost primjene tog znanja na rješavanje praktičnih problema u kreiranju planova lokalnog ekonomskog razvoja i politike.											
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>											
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi							
5%	-	35%	40%	35%							
<b>Literatura</b>											

Obavezna	1. Tkalac Verčić, A., Sinčić Čorić, D. Pološki Vokić, N. 2011. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima, Zagreb: M.E.P. 2. Kukić S. 2015. Metodologija znanstvenog istraživanja, Sarajevo: Sarajevo Publishing 3. Šamić, M. 2003. Kako nastaje naučno djelo, Deveto izdanje, Sarajevo: Svjetlost 4. McGovern, M. E. 2012. A Practical Introduction to Stata. Boston: Harvard Center for Population and Development Studies
Dodatna	1. <a href="http://www.lse.ac.uk/methodology/tutorials/Stata/home.aspx">http://www.lse.ac.uk/methodology/tutorials/Stata/home.aspx</a>

	<b>UNIVERSITY OF ZENICA</b> <b>FACULTY OF ECONOMICS</b>			
<b>Subject title: RESEARCH METHODS IN ECONOMICS</b>				
Semester	Status	Hours per week	ECTS credit value	Code
First	Mandatory	4	7,5	04K40-049
<b>Subject leader:</b> Professor Šefik Baraković <b>E-mail:</b> barakovicsefik@yahoo.de		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>		
<b>Pre-requisites</b>		None		
<b>Subject aims</b>		Increase the important contribution to the quality of expert and scientific work of students and young researches.		
<b>Learning outcomes</b>		Obtaining research skills and methods necessary for research work, professional work, preparation of master thesis, scientific-expert articles to be published in scientific-expert magazines.		
<b>Indicative syllabus content:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Research and research philosophy</li> <li>▪ Research ethics</li> <li>▪ Types of research and selection of methodology</li> <li>▪ Phases of research work and defining hypothesis</li> <li>▪ Draft research, defining samples and instruments of research</li> <li>▪ Collecting literature, research of databases and most important catalogues available on Internet</li> <li>▪ Development of theoretic framework</li> <li>▪ Definition of goals and research question</li> <li>▪ Processing, analyzing and presenting research</li> <li>▪ Introduction to STATA software</li> <li>▪ Data processing</li> <li>▪ Descriptive analysis (uni and bivariate)</li> <li>▪ Statistical methods for conclusions (t-test, simple linear and multiple linear regression, binary regression)</li> <li>▪ Use or regression in economic research</li> </ul>				
<b>Learning delivery:</b> The lectures are being held by using lecturing resources, schemes and graphics, as well as active learning techniques and proactive student approach. The lectures analyze and solve (case study) different economic problems. In addition, the students prepare seminar works that are being presented and discussed with other students.				
<b>Assessment Rationale:</b> The knowledge is being assessed based on a written test. In addition, the students prepare seminar works that are being presented and discussed with other students. The final oral exam evaluates the theoretic knowledge and the capability to use the knowledge to solve practical issues in creating local economic development and policy plans.				

Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Practice	Theoretical exam	Written Tests	
5%	-	35%	40%	20%	
<b>Reading</b>					
Essential	1. Tkalac Verčić, A., Sinčić Čorić, D. Pološki Vokić, N. 2011. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima, Zagreb: M.E.P. 2. Kukić S. 2015. Metodologija znanstvenog istraživanja, Sarajevo: Sarajevo Publishing 3. Šamić, M. 2003. Kako nastaje naučno djelo, Deveto izdanje, Sarajevo: Svjetlost 4. McGovern, M. E. 2012. A Practical Introduction to Stata. Boston: Harvard Center for Population and Development Studies				
Supplementary	1. <a href="http://www.lse.ac.uk/methodology/tutorials/Stata/home.aspx">http://www.lse.ac.uk/methodology/tutorials/Stata/home.aspx</a>				

		UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET			
<b>Naziv predmeta: RAZUMIJEVANJE BIZNISA</b>					
Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	04K40-0
<b>Nastavnik:</b> Doc. dr. Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>			
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Nema			
<b>Cilj predmeta</b>	Cilj predmeta je studentima ponuditi osnovna znanja i vještine za bolje razumijevanje ključne svrhe biznisa.				
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti sposobljen za razumijevanje biznisa.				
<b>Program predmeta:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Velika slika: tržište-biznis-preduzetništvo</li> <li>▪ (Tradicionalni) preduzetnik: preduzetnička namjera (biznis ideja) + biznis planiranje</li> <li>▪ Kategorizacija biznisa</li> <li>▪ Preduzetnička vizija: kuda</li> <li>▪ Strategijsko promišljanje: obje strane mozga</li> <li>▪ Strategijska analiza: ulazak u suštinu</li> <li>▪ Poslovna strategija i marketing (2P): kako + prava stvar + koliko</li> <li>▪ Vrijednosni lanac i marketing (preostala 2P): prava stvar + pravi način</li> <li>▪ Menadžment i organizacija - menadžment ljudskih resursa: tačka na «i»</li> <li>▪ Finansijske projekcije i ekonomska analiza: da ili ne</li> <li>▪ Rizici (i garancije)</li> <li>▪ Biznis plan-spremni za start</li> </ul>					
<b>Izvođenje nastave:</b> Predavanja, studije slučaja, gostujući predavači					
<b>Provjera znanja:</b> Praktični rad Aktivnosti Završni ispit					
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>					
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit		
30%	-	40%	30%		
<b>Literatura</b>					

Obavezna	1. Šunje, A., Kurtić, E., Veselinović, Lj. 2020. Anatomija biznisa: od namjere do uspjeha, Sarajevo: Ekonomski institut 2. Ateljević, J., Kulović, Dž. 2015. Razumijevanje Michaela Portera: doprinos strategijskom menadžmentu, Sarajevo: Perfecta
Dodatna	1. Nickels, W. G., McHugh, J. M., McHugh, S. M. 2015. Understanding Business, New York: McGraw-Hill 2. Magretta, J. 2011. Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy, Boston: Harvard Business Review Press 3. Needle, D. 2015. Business in Context: An Introduction to Business and its Environment, London: Cengage Learning 4. Trompenaars, F., Coebergh, P. H. 2014. 100+ Management Models: How to Understand and Apply the World's Most Powerful Business Tools, New York: McGraw-Hill



### Subject title: UNDERSTANDING BUSINESS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code				
		Lectures	Exercises						
First	Mandatory	4		7,5	04K40-0				
<b>Subject leader:</b> A. Professor Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>							
<b>Pre-requisites</b>									
<b>Subject aims</b>	The aim of the course is to offer students basic knowledge and skills to better understand the key purposes of business.								
<b>Learning outcomes</b>	Being able for understanding business.								

### Indicative syllabus content:

- The big picture: market-business-entrepreneurship
- (Traditional) entrepreneur: entrepreneurial intention (business idea) + business planning
- Categorization of business
- Entrepreneurial vision: where
- Strategic thinking: Both sides of the brain
- Strategic analysis: getting into the essence
- Business Strategy and Marketing (2P): how + the right thing + how much
- Value Chain & Marketing (2P Remaining): Right Thing + Right Way
- Management and Organization - Human Resource Management: Point on «i»
- Financial projections and economic analysis: yes or no
- Risks (and guarantees)
- Business plan - ready to start

### Learning delivery:

Lectures, case studies, guest lecturers

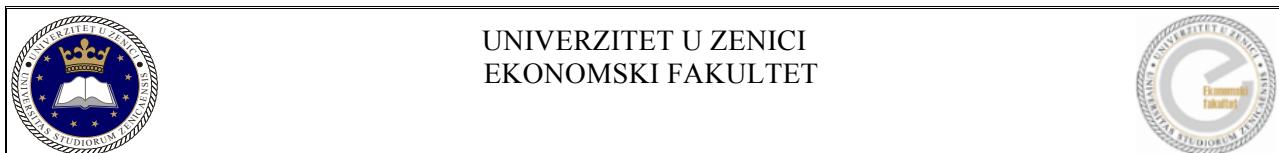
### Assessment Rationale:

Seminar paper  
Activites  
Final exam

### Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
30%	-	40%	30%		
<b>Reading</b>					

Essential	1. Šunje, A., Kurtić, E., Veselinović, Lj. 2020. Anatomija biznisa: od namjere do uspjeha, Sarajevo: Ekonomski institut 2. Ateljević, J., Kulović, Dž. 2015. Razumijevanje Michaela Portera: doprinos strategijskom menadžmentu, Sarajevo: Perfecta
Supplementary	1. Nickels, W. G., McHugh, J. M., McHugh, S. M. 2015. Understanding Business, New York: McGraw-Hill 2. Magretta, J. 2011. Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy, Boston: Harvard Business Review Press 3. Needle, D. 2015. Business in Context: An Introduction to Business and its Environment, London: Cengage Learning 4. Trompenaars, F., Coebergh, P. H. 2014. 100+ Management Models: How to Understand and Apply the World's Most Powerful Business Tools, New York: McGraw-Hill



<b>Naziv predmeta: PODUZETNIČKI MENADŽMENT</b>					
Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	04K40-050
<b>Nastavnik:</b> Prof. dr. Rifet Đogić <b>E-mail:</b> rifetd@yahoo.com			<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>		
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Osnovi menadžmenta			
<b>Cilj predmeta</b>	Sticanje ključnih znanja iz oblasti preduzetništva, kroz izučavanje tematskih cjelina: od prirode i važnosti preduzetništva, preko identifikovanja i ocjene preduzetničke prilike, obezbeđenja neophodnih resursa, osnivanja, rasta i konačne prodaje ili napuštanja poslovnog poduhvata. Integrativan pristup u ostvarivanju definisanog cilja podrazumijeva korišćenje već usvojenih znanja iz oblasti menadžmenta, organizacije, marketinga i finansija.				
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti sposobljen za savlađivanje različitih aspekata osnivanja i upravljanja preduzetničkim poduhvatom, steći znanje o prirodi i izazovima preduzetničkog procesa, izgraditi sposobnost analize i kritičke ocjene poslovnih ideja.				
<b>Program predmeta:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Osnove preduzetništva</li> <li>▪ Strategije i proces preduzetničkog poduhvata</li> <li>▪ Razvoj ideja i poslovnih šansi</li> <li>▪ Finansiranje preduzetničkog poduhvata</li> <li>▪ Planiranje: strategije, metode i tehnike</li> <li>▪ Biznis plan</li> <li>▪ Značaj marketinga u preduzetničkom poduhvatu</li> <li>▪ Uloga rizika u preduzetničkom ponašanju</li> <li>▪ Životni ciklus preduzeća</li> <li>▪ HRM u preduzetničkom poduhvatu</li> <li>▪ Modeli organizacione strukture u preduzetništvu</li> <li>▪ Outsourcing i strateške alijanse</li> <li>▪ Upravljanje promjenama i inovacijama u preduzetništvu</li> <li>▪ E-poslovanje i internacionalno preduzetništvo</li> <li>▪ Podrška razvoju preduzetništva</li> </ul>					
<b>Izvođenje nastave:</b>					
Predavanja, studije slučaja, konsultacije, gosti iz prakse					

**Provjera znanja:**

Izrada i odbrana pristupnog rada  
Usmeni dio ispita

**Težinski kriteriji za provjeru znanja**

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit		
10%	-	30%	60%		

**Literatura**

Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>Đuričin, D., Paunović, B., Janošević, S. 2015. Preduzetništvo i menadžment, Beograd: Zavod za udžbenike</li> <li>Deželjin, J. i dr. 1999. Poduzetnički menadžment, Zagreb: Alinea</li> </ol>
Dodatna	<ol style="list-style-type: none"> <li>Buble, M., Kružić, D. 2006. Poduzetništvo - realnost, sadašnjost i izazovi budućnosti, Split: RriF</li> <li>Drucker, F. P. 1996. Inovacije i poduzetništvo, Beograd: Privredni pregled</li> <li>Deželjin, J. i dr. 2002. Poduzetnički menadžment: izazov, rizik, zadovoljstvo, Zagreb: M. E. P. Consult, Zagreb</li> <li>Hisrich, R. H., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. 2011. Poduzetništvo, Zagreb: MATE</li> <li>Zigner, T. I. Entrepreneurship and Small Business, Pergamon Pres, London.</li> </ol>

	<b>UNIVERSITY OF ZENICA</b> <b>FACULTY OF ECONOMICS</b>	
---	--	---

**Subject title: ENTREPRENEURIAL MANAGMENT**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
First	Mandatory	4		7,5	04K40-050

**Subject leader:** Professor Rifet Đogić**E-mail:** rifetd@yahoo.com**Subject assistant:****E-mail:**

<b>Pre-requisites</b>	Fundamentals of Management
<b>Subject aims</b>	The acquisition of key skills in the field of entrepreneurship, through the study of themes: the nature and importance of entrepreneurship, through the identification and assessment of entrepreneurial opportunities, securing the necessary resources, the establishment, growth and final sale or abandonment of a business venture. Integrative approach to achieving a defined objective implies the use of the acquired knowledge in the field of management, organization, marketing and finance.
<b>Learning outcomes</b>	To be qualified to undertake the various aspects of establishing and managing entrepreneurial ventures, acquire knowledge about the nature and challenges of the entrepreneurial process, to build capacity for analysis and critical assessment of business ideas.

**Indicative syllabus content:**

- Fundamentals of entrepreneurship
- Strategy and process business enterprise
- Development of ideas and business opportunities
- Financing entrepreneurial venture
- Planning: strategies, methods and techniques
- Business plan
- The importance of marketing in entrepreneurial ventures
- Role of risk entrepreneurial behavior
- Life cycle of companies
- HRM in entrepreneurial ventures
- Models of organizational structure in entrepreneurship
- Outsourcing and strategic alliances
- Change management and innovation in entrepreneurship
- E-business and international entrepreneurship
- Business support

**Learning delivery:**

Lectures, case studies, consultations, guests from practice

**Assessment Rationale:**

Preparation and defense entrance paper

Oral part of the exam

**Assessment Criteria**

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
10%	-	30%	60%		

**Reading**

Essential	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Đuričin, D., Paunović, B., Janošević, S. 2015. Preduzetništvo i menadžment, Beograd: Zavod za udžbenike</li> <li>2. Deželjin, J. i dr. 1999. Poduzetnički menadžment, Zagreb: Alinea</li> </ol>
Supplementary	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buble, M., Kružić, D. 2006. Poduzetništvo - realnost, sadašnjost i izazovi budućnosti, Split: RriF</li> <li>2. Drucker, F. P. 1996. Inovacije i poduzetništvo, Beograd: Privredni pregled</li> <li>3. Deželjin, J. i dr. 2002. Poduzetnički menadžment: izazov, rizik, zadovoljstvo, Zagreb: M. E. P. Consult, Zagreb</li> <li>4. Hisrich, R. H., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. 2011. Poduzetništvo, Zagreb: MATE</li> <li>5. Zigner, T. I. Entrepreneurship and Small Business, Pergamon Pres, London.</li> </ol>

	UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET	
---	--	---

**Naziv predmeta: STRATEŠKE ALIJANSE**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	04K40-052

**Nastavnik:** Prof. dr. Dijana Husaković  
**E-mail:** dijana.husakovic@ef.unze.ba

**Saradnik:**  
**E-mail:**

**Predmeti koji su preduvjet za polaganje** | Strateški menadžment

<b>Cilj predmeta</b>	U globaliziranom, izrazito konkurenčkom okruženju, međusobno konkurenčko natjecanje preduzeća nije uvjek najbolja opcija za uspješno poslovanje. Ovaj predmet daje uvid u kompleksni i uzbudljivi svijet strateških alijansi, kao načina strateškog povezivanje preduzeća kroz međusobnu saradnju. Studenti će dobiti odgovore na najznačajnija pitanja iz ove oblasti: kada i zašto koristiti alijanse, u kojim poslovnim situacijama i okruženju daju najbolje rezultate, te kako upravljati alijansama da bi se
----------------------	--

	postavljeni ciljevi ostvarili.				
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Sposobnost formiranja i upravljanja strateškim partnerstvima.				
<b>Program predmeta:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uvod u strateške alijanse</li> <li>▪ Pojam i značaj strateškog povezivanja preduzeća</li> <li>▪ Konkurenčna sposobnost i strateške alijanse</li> <li>▪ Vrste strateških alijansi</li> <li>▪ Razvoj strateških alijansi</li> <li>▪ Upravljanje strateškim alijansama</li> <li>▪ Sukobi u strateškim alijansama i njihovo prevladavanje</li> <li>▪ Učenje u strateškim alijansama</li> <li>▪ Natjecanje alijansi i višestruke alijanse</li> <li>▪ Internetski savezi</li> <li>▪ Društveno umrežavanje, M&amp;A</li> <li>▪ Društvena odgovornost i etika u strateškim alijansama</li> </ul>					
<b>Izvođenje nastave:</b>					
Predavanja, seminarski radovi, prezentacije i diskusije.					
<b>Provjera znanja:</b>					
Dva testa u toku semestra ili završni ispit Rad u toku nastave kroz prezentacije i diskusije Seminarski rad Usmeni ispit (pismeni dio ispita, izrada prezentacije i seminar skog rada su preduvjeti za usmeni dio ispita).					
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>					
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi	
10%	-	30%	10%	50%	
<b>Literatura</b>					
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tipurić, D. i Markulin, G. 2007. Strateški savezi: Suradnjom poduzeća do konkurenstke prednosti, 2. izdanje, Zagreb: Sinergija</li> <li>2. Filipović, D. 2012. Izazovi integracijskih procesa: Rast poduzeća putem spajanja, preuzimanja i strateških saveza, Zagreb: Sinergija</li> </ol>				
Dodatna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ireland, R. D., Hitt, M. A. &amp; Vaidyanath, D. 2002. Alliance Management as a Source of Competitive Advantage. Journal of Management 28 (3): 413–446.</li> <li>2. Dyer, J. H., &amp; Singh, H. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academy of Management Review, 23: 660–679.</li> <li>3. Dyer, J H., Kale, P and Singh, H. 2004. When to Ally and When to Acquire.</li> <li>4. Harvard Business Review, 82, July/August, 108-115.</li> <li>5. Kale, P., Singh, H., &amp; Perlmutter, H. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. Strategic Management Journal 21(3): 217-237.</li> <li>6. Kale, P., Singh, H. 2009. Managing Strategic Alliances: What Do We Know Now, and Where Do We Go From Here? The Academy of Management Perspectives 23 (3): 45-62.</li> </ol>				

	UNIVERSITY OF ZENICA FACULTY OF ECONOMICS	
<b>Subject title: STRATEGIC ALLIANCES</b>		
<b>Semester</b>	<b>Status</b>	<b>Hours per week</b> <b>Lectures</b> <b>Exercises</b>
First	Mandatory	4

<b>Subject leader:</b> Associate Professor Dijana Husaković <b>E-mail:</b> dijana.husakovic@ef.unze.ba	<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>				
<b>Pre-requisites</b>	Strategic Management				
<b>Subject aims</b>	In a globalized, highly competitive environment, competitive confrontation is not always the best option for a successful business. This course provides insights into the complex and exciting world of strategic alliances, presenting a way of gaining competitive advantage through strategic cooperation of companies. Students will get the answers to the most important issues in this area: when and why to use the alliance, in which situations and environments are alliances effective strategic option, and how to solve challenges facing alliance management in order to make them work.				
<b>Learning outcomes</b>	Capability to form and manage strategic partnerships.				
<b>Indicative syllabus content:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduction to strategic alliances</li> <li>▪ The concept and importance of strategic cooperation between companies</li> <li>▪ Competitive advantage and strategic alliances</li> <li>▪ Types of strategic alliances</li> <li>▪ Strategic alliances formation and development</li> <li>▪ Management of strategic alliances</li> <li>▪ Alliances dynamics</li> <li>▪ Alliances competition and multiple alliances</li> <li>▪ Internet alliances</li> <li>▪ Strategic networks, M&amp;A</li> <li>▪ Corporate social responsibility and ethics in strategic alliances</li> </ul>					
<b>Learning delivery:</b> Lectures, term papers, presentations and class discussions.					
<b>Assessment Rationale:</b> Two tests during semester or written exam In class work through presentations and discussions Term paper Oral exam (written exam, presentation and term paper are pre-requisites for oral exam).					
<b>Assessment Criteria</b>					
Lectures	Exercises	Practice	Theoretical exam	Written Tests	
10%	-	30%	10%	50%	
<b>Reading</b>					
Essential	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tipurić, D. i Markulin, G. 2007. Strateški savezi: Suradnjom poduzeća do konkurenstke prednosti, 2. izdanje, Zagreb: Sinergija</li> <li>2. Filipović, D. 2012. Izazovi integracijskih procesa: Rast poduzeća putem spajanja, preuzimanja i strateških saveza, Zagreb: Sinergija</li> </ol>				
Supplementary	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ireland, R. D., Hitt, M. A. &amp; Vaidyanath, D. 2002. Alliance Management as a Source of Competitive Advantage. <i>Journal of Management</i> 28 (3): 413–446.</li> <li>2. Dyer, J. H., &amp; Singh, H. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. <i>Academy of Management Review</i>, 23: 660–679.</li> <li>3. Dyer, J H., Kale, P and Singh, H. 2004. When to Ally and When to Acquire.</li> <li>4. Harvard Business Review, 82, July/August, 108-115.</li> <li>5. Kale, P., Singh, H., &amp; Perlmutter, H. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. <i>Strategic Management Journal</i> 21(3): 217-237.</li> <li>6. Kale, P., Singh, H. 2009. Managing Strategic Alliances: What Do We Know Now, and Where Do We Go From Here? <i>The Academy of Management Perspectives</i> 23 (3): 45-62.</li> </ol>				



**Naziv predmeta: KROS-KULTURALNI MENADŽMENT**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra				
		Predavanja	Vježbe						
Drugi	Obavezni	4	-	7,5	04K40-0				
<b>Nastavnik:</b> Doc. dr. Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>							
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Organizacijsko ponašanje							
<b>Cilj predmeta</b>	Cilj predmeta je razumijevanje kulturnih razlika i upravljanje rizicima koje susrećemo internacionalizacijom poslovanja.								
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti sposoban razumjeti kulturne razlike Biti sposoban upravljati kulturnim rizicima								

**Program predmeta:**

- Uvod (pojam kulture, definicija kulture, nivoi kulture, značenje kulture, karakteristike kulture)
- Interacionalna dimenzija organizacijskog ponašanja
- Korporacijski kros-kulturalni razvoj
- Četiri rizika (4C) interacionalnog biznisa (rizik zemlje, valutni rizik, trgovinski rizik i kros-kulturalni rizik)
- Metod studije slučaja
- Kros-kulturalni rizik 1: kulturne različitosti (Hofstedeove dimenzije, Tropmenaarsove dimenzije, Meyerine dimenzije)
- Studij slučaja
- Kros-kulturalni rizik 2: obrasci pregovaranja (kulturna senzitivnost, kros-funkcionalni timovi, kulturna komunikacija)
- Studij slučaja
- Kros-kulturalni rizik 3: stilovi odlučivanja (kontekstualna inteligencija, kulturna inteligencija, načini odlučivanja)
- Studij slučaja
- Kros-kulturalni rizik 4: etičke prakse (motivacijske tehnike, društvena odgovornost, izazovi različitosti)
- Studij slučaja
- Kros-kulturalne tranzicije: ekspatrijacija i repatrijacija (Carlos Ghosn)
- Studij slučaja

**Izvođenje nastave:**

Predavanja, studije slučaja i gostujući predavači.

**Provjera znanja:**

Studija slučaja

Aktivnosti

Završni ispit

**Težinski kriteriji za provjeru znanja**

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Studije slučaja	
30%	-	-	30%	40%	

**Literatura**

Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brett, J., Doz Y. L., Meyer, E., Gregersen, H. B. et. al. 2016. HBR's 10 Must Reads on Managing Across Cultures, Boston: HBR Press</li> <li>2. Hofstede, G., Hofstede Jan G., Minkov M. 2012. Cultures and Organizations: Software of the Mind, Boston: McGraw-Hill</li> <li>3. Tropenaars, F., Hampden-Turner, C. 2012. Riding the Waves of Culture, Boston: Nicholas Brealey Publishing</li> <li>4. Meyer, E. 2014. The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business, New York: PublicAffairs</li> <li>5. Ellet, W. 2018. The Case Study Handbook: A students guide, Boston: HBS Press</li> <li>6. Studije slučaja</li> </ol>
Dodatna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Thomas, D., Peterson, M. F. 2015. Cross-cultural Management: Essential Competencies, London: Sage</li> <li>2. Schneider, S. C., Barsoux, L-J. 2003. Managing Across Cultures, Harlow: Prentice Hall</li> <li>3. Steers, R. M., Nardon, L., Sanchez-Runde, C. J. 2017. Management Across Cultures Developing Global Competencies, Cambridge: Cambridge University Press</li> <li>4. Steers, R. M., Osland, J. S. 2019. Management Across Cultures: Challenges, Strategies, and Skills, Cambridge: Cambridge University Press</li> <li>5. Browne, M-J., Price, R. 2011. Understanding Cross-Cultural Management, Harlow: Prentice Hall</li> <li>6. Adler J. N. 2001. International Dimensions of Organizational Behavior, Cincinnati: South-Western</li> <li>7. Nigel, J. H. 2002. Cross-cultural Management: A Knowledge Management Perspective, Toronto: Pearson</li> <li>8. Lewis, R. D. 2018. When Cultures Collide, Boston: Nicholas Brealey</li> <li>9. French, R. 2012. Cross-Cultural Management in Work Organization, London: CIPD</li> </ol>

	UNIVERSITY OF ZENICA FACULTY OF ECONOMICS			
<b>Subject title: CROSS-CULTURAL MANAGEMENT</b>				
<b>Semester</b>	<b>Status</b>	<b>Hours per week</b>		
First	Mandatory	Lectures      Exercises		
4		ECTS credit value		
7,5		Code		
<b>Subject leader:</b> A. Professor Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>		
<b>Pre-requisites</b>		<b>Organizational Behaviour</b>		
<b>Subject aims</b>	The objective of the course is to understand the cultural differences and manage cultural risks we face in internationalizing our business.			
<b>Learning outcomes</b>	Be able to understand cultural differences Be able to manage cultural risks			
<b>Indicative syllabus content:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduction (concept of culture, definition of culture, levels of culture, meaning of culture, characteristics of culture)</li> <li>▪ The international dimension of organizational behavior</li> <li>▪ Corporate cross-cultural evolution</li> <li>▪ Four risks (4C) of international business (country risk, currency risk, commercial risk and cross-cultural risk):</li> <li>▪ Cross-cultural risk 1: cultural diversity (Hofstede dimensions, Tropenaars dimensions, Meyer dimensions)</li> <li>▪ Case study</li> </ul>				

- Cross-cultural risk 2: negotiation patterns (cultural sensitivity, cross-functional teams, cultural communication)
- Case study
- Cross-Cultural risk 3: decision-making styles (contextual intelligence, cultural intelligence, decision making approaches)
- Case study
- Cross-Cultural risk 4: ethical practices (motivational techniques, social responsibility, workforce diversity challenges)
- Case study
- Cross-Cultural transitions: expatriate entry and reentry (Carlos Ghosn)
- Case study

**Learning delivery:**

Lectures, case studies and guest lecturers.

**Assessment Rationale:**

A case study

Activities

Final test

**Assessment Criteria**

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
10%	-	40%	30%		

**Reading**

Essential	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brett, J., Doz Y. L., Meyer, E., Gregersen, H. B. et. al. 2016. HBR's 10 Must Reads on Managing Across Cultures, Boston: HBR Press</li> <li>2. Hofstede, G., Hofstede Jan G., Minkov M. 2012. Cultures and Organizations: Software of the Mind, Boston: McGraw-Hill</li> <li>3. Tropenaars, F., Hampden-Turner, C. 2012. Riding the Waves of Culture, Boston: Nicholas Brealey Publishing</li> <li>4. Meyer, E. 2014. The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business, New York: PublicAffairs</li> <li>5. Ellet, W. 2018. The Case Study Handbook: A students guide, Boston: HBS Press</li> <li>6. Case Studies</li> </ol>
Supplementary	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Thomas, D., Peterson, M. F. 2015. Cross-cultural Management: Essential Concepts, London: Sage</li> <li>2. Schneider, S. C., Barsoux, L-J. 2003. Managing Across Cultures, Harlow: Prentice Hall</li> <li>3. Steers, R. M., Nardon, L., Sanchez-Runde, C. J. 2017. Management Across Cultures: Developing Global Competencies, Cambridge: Cambridge University Press</li> <li>4. Steers, R. M., Osland, J. S. 2019. Management Across Cultures: Challenges, Strategies, and Skills, Cambridge: Cambridge University Press</li> <li>5. Browaeyes, M-J., Price, R. 2011. Understanding Cross-Cultural Management, Harlow: Prentice Hall</li> <li>6. Adler J. N. 2001. International Dimensions of Organizational Behavior, Cincinnati: South-Western</li> <li>7. Nigel, J. H. 2002. Cross-cultural Management: A Knowledge Management Perspective, Toronto: Pearson</li> <li>8. Lewis, R. D. 2018. When Cultures Collide, Boston: Nicholas Brealey</li> <li>9. French, R. 2012. Cross-Cultural Management in Work Organization, London: CIPD</li> </ol>



UNIVERZITET U ZENICI  
EKONOMSKI FAKULTET



**Naziv predmeta: MARKETING STRATEGIJA**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		

Drugi	Obavezni	4	-	5,5	04K_-0_-				
<b>Nastavnik:</b> Prof. dr. Ishak Mešić <b>E-mail:</b> ishak.mesic@ef.unze.ba	<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>								
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Strateški menadžment							
<b>Cilj predmeta</b>	Razumijevanje oblikovanja i implementacije marketing strategija.								
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Sposobnost formulisanja i realizacije adekvatne marketing strategije u cilju postizanja konkurentnosti na ciljnem tržištu.								
<b>Program predmeta:</b>									
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pojmovi marketing strategije i strateškog odlučivanja</li> <li>▪ Osnove za oblikovanje strategije (misija, vizija, SWOT analiza, analiza eksterne okoline, analiza internih faktora, analiza portfolija ponude, definisanje ciljeva, prepoznavanje konkurenatske prednosti)</li> <li>▪ Porterove generičke strategije</li> <li>▪ Strategije segmentacije tržišta i pozicioniranja</li> <li>▪ Strategije ulaska na tržište i strategije tržišnog udjela</li> <li>▪ Strategije proizvoda (strategije pozicioniranja, diversifikacije, kreiranja novog proizvoda)</li> <li>▪ Strategije cijena (postojećih i novih proizvoda, penetracijskih cijena i visokih cijena)</li> <li>▪ Strategije distribucije (dostupnost proizvoda i politika kanala distribucije)</li> <li>▪ Strategije promocije (kombinovanje elemenata promotivnog miksa, izbor medija i oblikovanje poruke)</li> <li>▪ Strategije rasta (strategije horizontalne i vertikalne integracije, strategija diverzifikacije)</li> <li>▪ Brzina kao strategija</li> <li>▪ Ostale strategije</li> <li>▪ Planiranje, uvodenje, implementacija i kontrola strategije</li> </ul>									
<b>Izvođenje nastave:</b>									
Prezentacije									
Ex cathedra									
Gostujući predavači									
<b>Provjera znanja:</b>									
Test 1									
Test 2									
Prisustvo									
Prezentacije									
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>									
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi					
10%	-	20%	-	70%					
<b>Literatura</b>									
Obavezna	1. Ferrell, O. C. and Hartline, M. 2012. Marketing Strategy, 6. edition, Boston: Cengage Learning; 2. Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković, N. 2014. Osnovne strateškog marketinga, Zagreb: Školska knjiga 3. Renko, N. 2009. Strategije Marketinga, 2. izdanje, Zagreb: Ljevak								
Dodatna	1. Schnaars, S. P. 1998. Marketing Strategy - Customers & Competition, New York: The Free Press								



UNIVERSITY OF ZENICA  
FACULTY OF ECONOMICS



**Subject title: MARKETING STRATEGY**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		

Second	Mandatory	4		5,5	04K__-0__												
<b>Subject leader:</b> Professor Ishak Mešić <b>E-mail:</b> ishak.mesic@ef.unze.ba			<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>														
<b>Pre-requisites</b>		Strategic Management															
<b>Subject aims</b>	Understanding of shaping and implementation of marketing strategy.																
<b>Learning outcomes</b>	Capability of formulating and implementation of relevant marketing strategy with a goal to achieve competitiveness on the targeted market.																
<b>Indicative syllabus content:</b>																	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terms of marketing strategy and strategic decision making</li> <li>▪ Basics for shaping the marketing strategy (mission, vision, SWOT analysis, analysis of external environment, analysis of internal factors, analysis of the supply portfolio, defining goals, recognition of competitor advantage)</li> <li>▪ Porter's generic strategies</li> <li>▪ Market segmentation and positioning strategies</li> <li>▪ Market entry and market share strategies</li> <li>▪ Product strategies (positioning strategies, diversification, creation of new product)</li> <li>▪ Price strategy (existing and new products, penetration prices and high prices)</li> <li>▪ Distribution strategies (product availability and distribution channel policy)</li> <li>▪ Promotional strategies (combining elements of promotional mix, selection of media and shaping the message)</li> <li>▪ Growth strategy (vertical and horizontal integration strategies, diversification strategy)</li> <li>▪ Speed as strategy</li> <li>▪ Other strategies</li> <li>▪ Planning, induction, implementation and control strategy</li> </ul>																	
<b>Learning delivery:</b>																	
Presentations																	
Ex cathedra																	
Guest lecturers																	
<b>Assessment Rationale:</b>																	
Test 1																	
Test 2																	
Activity																	
Presentations																	
<b>Assessment Criteria</b>																	
Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam														
10%	-	20%	70%														
<b>Reading</b>																	
Essential	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ferrell, O. C. and Hartline, M. 2012. Marketing Strategy, 6. edition, Boston: Cengage Learning;</li> <li>2. Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković, N. 2014. Osnovne strateškog marketinga, Zagreb: Školska knjiga</li> <li>3. Renko, N. 2009. Strategije Marketinga, 2. izdanje, Zagreb: Ljevak</li> </ol>																
Supplementary	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Schnaars, S. P. 1998. Marketing Strategy - Customers &amp; Competition, New York: The Free Press</li> </ol>																

	UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET			
<b>Naziv predmeta: MENADŽMENT ZASNOVAN NA VRIJEDNOSTI</b>				
Semestar	Status	Broj časova sedmično	ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe	
Drugi	Obavezni	4	-	5,5
				04K40-055

<b>Nastavnik:</b> Prof. dr. Rifet Đogić <b>E-mail:</b> rifetd@yahoo.com	<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>				
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b> Osnovi menadžmenta					
<b>Cilj predmeta</b>	Stjecanje znanja o modernom pristupu vođenja preduzeća u savremenom globalnom i turbulentnom okruženju koji se zasniva na maksimiziranju vrijednosti preduzeća, koncept menadžmenta zasnovanog na vrijednosti prednost daje dioničarima naspram ostalih internih i eksternih stejkholdera preduzeća uz puno uvažavanje njihovih interesa.				
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti osposobljen za menadžment preduzeća koji će maksimizirati bogastvo njegovih vlasnika.				
<b>Program predmeta:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MENADŽMENT ZASNOVAN NA VRIJEDNOSTI (teorija o stejkholderima i teorija o akcionarima kao primarnim stejkholderima, revolucija akcionarstva, concept menadžmenta zasnovanog na vrijednosti, strategijski finansijski menadžment, model strategijskog menadžmenta zasnovanog na vrijednosti),</li> <li>▪ MJERENJE VRIJEDNOSTI (sistem mjerena performansi akcionarskog preduzeća, računovodstvena mjerila performansi, vrijednosna mjerila performansi, cijena kapitala),</li> <li>▪ FORMULISANJE STRATEGIJA STVARANJA VRIJEDNOSTI (strategija preduzeća, strategija poslovne jedinice, strategija eksternog rasta, strategija prestrukturiranja),</li> <li>▪ PRIMJENA STRATEGIJA STVARANJA VRIJEDNOSTI (primjena strategije stvaranja vrijednosti pomoću liste uskladištenih rezultata, uloga biznis plana u stvaranju vrijednosti, sistem nagrađivanja u konceptu menadžmenta zasnovanog na vrijednosti).</li> </ul>					
<b>Izvođenje nastave:</b>					
Predavanja, studije slučaja, konsultacije, gosti iz prakse					
<b>Provjera znanja:</b>					
Izrada i odbrana pristupnog rada Usmeni dio ispita					
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>					
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit		
10%	-	30%	60%		
<b>Literatura</b>					
Obavezna	1. Kaličanin, Đ. 2006. Menadžment vrijednosti preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet				
Dodatna	1. Pešalj, B. 2007. Mjerenje performansi preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet 2. Novićević, B. 2006. Upravljanje performansama preduzeća, Niš: Ekonomski fakultet 3. Niven, P. 2010. Balanced scorecard - korak po korak, Zagreb: Masmedia				
	UNIVERSITY OF ZENICA FACULTY OF ECONOMICS				
<b>Subject title: VALUE-BASED MANAGEMENT</b>					
Semester	Status	<b>Hours per week</b>		<b>ECTS credit value</b>	<b>Code</b>
		<b>Lectures</b>	<b>Exercises</b>		
Second	Mandatory	4		5,5	04K40-055
<b>Subject leader:</b> Professor Rifet Đogić <b>E-mail:</b> rifetd@yahoo.com		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>			
<b>Pre-requisites</b>		Fundamentals of Management			

<b>Subject aims</b>	Acquiring knowledge on modern approach to operate the business in the modern global and turbulent environment, which is based on maximizing the value of the company. The concept of management based on the value of preferred shareholders as opposed to other internal and external stakeholders of enterprises with full respect for their interests.				
<b>Learning outcomes</b>	To be qualified for the management of the company to maximize the wealth of its owners.				
<b>Indicative syllabus content:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ VALUE BASED MANAGEMENT (theory of the stakeholders and the theory of the shareholders as the primary stakeholder, shareholder revolution, the concept of value-based management, strategic financial management, strategic management model based on value),</li> <li>▪ MEASUREMENT VALUES (system performance measurements of joint stock companies, the accounting standards of performance, value benchmarks, the cost of capital),</li> <li>▪ STRATEGY FORMULATION OF CREATION VALUE (corporate strategy, business unit strategy, external growth strategies, restructuring strategy),</li> <li>▪ STRATEGY IMPLEMENTATION OF CREATION VALUE (implementation of the strategy of creating value by means of harmonized list of results, the role of a business plan to create value, the reward system in the concept of value-based management).</li> </ul>					
<b>Learning delivery:</b>					
Lectures, case studies, consultations, guest lecturers					
<b>Assessment Rationale:</b>					
Preparation and defense entrance paper Oral part of the exam					
<b>Assessment Criteria</b>					
Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
10%	-	30%	60%		
<b>Reading</b>					
Essential	1. Kaličanin, Đ. 2006. Menadžment vrijednosti preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet				
Supplementary	1. Pešalj, B. 2007. Mjerenje performansi preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet 2. Novičević, B. 2006. Upravljanje performansama preduzeća, Niš: Ekonomski fakultet 3. Niven, P. 2010. Balanced scorecard - korak po korak, Zagreb: Masmedia				

	UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET										
<b>Naziv predmeta: POSLOVNA STRATEGIJA</b>											
<b>Semestar</b>	<b>Status</b>	<b>Broj časova sedmično</b>		<b>ECTS bodovi</b>	<b>Šifra</b>						
		<b>Predavanja</b>	<b>Vježbe</b>								
Drugi	Obavezni	4	-	5,5	04K40-053						
<b>Nastavnik:</b> Doc. dr. Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>									
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Strateški menadžment									
<b>Cilj predmeta</b>	Cilj predmeta je studentima ponuditi razumijevanje poslovne strategije u kontekstu različitog terminoški oformljenog polifonog konteksta.										
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti osposobljen za konceptualno poimanje strategije Biti osposobljen za shvatanje konteksta strategije Biti osposobljen za postavljanje okvira strategije										

**Program predmeta:**

- Uvod u poslovnu strategiju
- Ontološki problem poslovne strategije
- Poslovna strategija između znanosti i pseudoznanosti
- Realizam i antirealizam poslovne strategije
- Osmišljena nasuprot izranjajućoj strategiji
- Logičko nasuprot kreativnom promišljanju
- Strategija kao transnarativ
- Perspektive poslovne strategije
- Važni simboli i otisci poslovne strategije
- Strategijske tenzije
- Škole i teorijski okviri poslovne strategije
- Strateško razmišljanje
- Ontološki problem poslovne strategije
- Postmodernizam i poslovna strategija
- Polifonija poslovne strategije

**Izvođenje nastave:**

Prezentacije, ex cathedra, gostujući predavači, grupne radionice

**Provjera znanja:**

Test 1

Test 2

Prisustvo

Seminarski rad

Prezentacije

Završni ispit

**Težinski kriteriji za provjeru znanja**

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit		
30%	-	40%	30%		

**Literatura**

Obavezna	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tipurić, D. 2014. Iluzija strategije: razotkrivanje socijalno konstruirane zbilje poduzeća, Zagreb: Sinergija</li><li>2. Kourdi, J. 2007. Poslovna strategija, Zagreb: Masmedia</li><li>3. Porter, M. 1999. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: The Free Press</li><li>4. Whittington, R. 2000. What is strategy – and does it matter?, Michigan: Cengage Learning EMEA</li><li>5. McKeown, M. 2012. The Strategy Book, New York: FT Publishing</li><li>6. Kiechel III, W. 2010. The Lords of Strategy: The Secret Intellectual History of the New Corporate Work, Boston: Harvard Business Press</li><li>7. Chan, K. 2007. Strategija plavog okeana: kako stvoriti prostor na tržistu i konkurenčiju učiniti nevažnom, Novi Sad: ASEEE</li></ol>
Dodatna	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Spender, J. 2014. Business Strategy: managing uncertainty, opportunity &amp; enterprise, Boston: Oxford University Press</li><li>2. De Witt, B., Meyer, R. 2014. Strategy: process, content, context, New York: Cengage Learning EMEA</li><li>3. De Witt, B., Meyer, R. 2014. Strategy: process, content, context, New York: Cengage Learning EMEA</li><li>4. Rache, A. 2012. Paradoxical Foundation of Strategic Management, Hamburg: Springer</li></ol>



**Subject title: BUSINESS STRATEGY**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code									
		Lectures	Exercises											
Second	Mandatory	4		5,5	04K40-053									
<b>Subject leader:</b> A. Professor Dženan Kulović <b>E-mail:</b> dzenan.kulovic@ef.unze.ba		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>												
<b>Pre-requisites</b>		Strategic Management												
<b>Subject aims</b>	The aim of the course is to offer students an understanding of business strategy in the context of different terminological forming of infant polyphonic context.													
<b>Learning outcomes</b>	Be able to conceptual understanding of strategy Be able to understand the context of strategy Be able to set the theoretical framework of strategy													
<b>Indicative syllabus content:</b>														
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Introduction to business strategy</li><li>▪ The ontological problem of business strategy</li><li>▪ Business strategy between science and pseudoscience</li><li>▪ Realism and anti-realism of business strategy</li><li>▪ Intent versus Emergent strategy</li><li>▪ Logical versus creative thinking</li><li>▪ Strategy as transnarrative</li><li>▪ Perspectives of business strategy</li><li>▪ Important symbols and prints of business strategy</li><li>▪ Strategic tensions</li><li>▪ Schools and theoretical frameworks of business strategy</li><li>▪ Strategic thinking</li><li>▪ The ontological problem of business strategy</li><li>▪ Postmodernism and business strategy</li><li>▪ Polyphony of business strategy</li></ul>														
<b>Learning delivery:</b> Presentations, ex cathedra, visiting lecturers, group workshops.														
<b>Assessment Rationale:</b> Midterm test 1 Midterm test 2 Activities Term paper Presentation Final Exam														
<b>Assessment Criteria</b>														
Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam											
30%	-	40%	30%											
<b>Reading</b>														
Essential	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tipurić, D. 2014. Iluzija strategije: razotkrivanje socijalno konstruirane zbilje poduzeća, Zagreb: Sinergija</li><li>2. Kourdi, J. 2007. Poslovna strategija, Zagreb: Masmedia</li><li>3. Porter, M. 1999. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: The Free Press</li><li>4. Whittington, R. 2000. What is strategy – and does it matter?, Michigan: Cengage Learning EMEA</li><li>5. McKeown, M. 2012. The Strategy Book, New York: FT Publishing</li></ol>													

	6. Kiechel III, W. 2010. The Lords of Strategy: The Secret Intellectual History of the New Corporate Work, Boston: Harvard Business Press 7. Chan, K. 2007. Strategija plavog okeana: kako stvoriti prostor na tržistu i konkurenčiju učiniti nevažnom, Novi Sad: ASEE
Supplementary	1. Spender, J. 2014. Business Strategy: managing uncertainty, opportunity & enterprise, Boston: Oxford University Press 2. De Witt, B., Meyer, R. 2014. Strategy: process, content, context, New York: Cengage Learning EMEA 3. De Witt, B., Meyer, R. 2014. Strategy: process, content, context, New York: Cengage Learning EMEA 4. Rache, A. 2012. Paradoxical Foundation of Strategic Management, Hamburg: Springer

	UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET							
<b>Naziv predmeta: ORGANIZACIJSKA KULTURA</b>								
Semestar	Status	Broj časova sedmično	ECTS bodovi	Šifra				
Drugi	Obavezni	4	-	5,5				
<b>Nastavnik:</b> Prof. dr. Dijana Husaković <b>E-mail:</b> dijana.husakovic@ef.unze.ba		<b>Saradnik:</b> <b>E-mail:</b>						
<b>Predmeti koji su preduvjet za polaganje</b>		Organizacijsko ponašanje						
<b>Cilj predmeta</b>	Cilj predmeta je razumjeti organizacijsku kulturu kao kolektivni um preduzeća.							
<b>Kompetencije (Ishodi učenja)</b>	Biti osposobljen za razumijevanje kognitivnih i simboličkih elemenata organizacije.							
<b>Program predmeta:</b>								
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uvod u organizacijsku kulturu</li> <li>▪ Definiranje strukture kulture</li> <li>▪ Teorija kulturunog sklada</li> <li>▪ Šta lideri trebaju znati o marko kulturama</li> <li>▪ Nastanak, razvoj i promene organizacijske kulture</li> <li>▪ Sadržaj organizacijske kulture - kognitivni i simbolički elementi organizacijske kulture</li> <li>▪ Istraživanje organizacijske kulture</li> <li>▪ Utjecaj organizacijske kulture na menadžment, organizaciju i performanse</li> <li>▪ Utjecaj organizacijske kulture na strategiju, liderstvo i strukturu</li> <li>▪ Utjecaj organizacijske kulture na učenje, motivaciju i nagrađivanje</li> <li>▪ Dinamika organizacijske kulture: nastanak, promjene i upravljanje</li> <li>▪ Kulture i liderstvo kroz faze rasta</li> <li>▪ Nacionalna kultura i menadžment</li> <li>▪ Ocjenjivanje kulture i planiranje vođenja promjena</li> </ul>								
<b>Izvođenje nastave:</b>								
Predavanja, seminarски radovi, prezentacije i diskusije.								
<b>Provjera znanja:</b>								
Dva testa u toku semestra ili završni ispit								
Rad u toku nastave kroz prezentacije i diskusije								
Seminarski rad								
Usmeni ispit (pismeni dio ispita, izrada prezentacije i seminarског rada su preduvjeti za usmeni dio ispita).								
<b>Težinski kriteriji za provjeru znanja</b>								
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi				
10%	-	30%	10%	50%				
<b>Literatura</b>								

Obavezna	1. Janićijević, N. 2013. Organizaciona kultura i menadžment, Beograd: Ekonomski fakultet 2. Janićijević, N. 2007. Organizaciona kultura- kolektivni um preduzeća, Novi Sad: Prometej 3. Žugaj, M., Glavica-Bojančić, B., Brčić, R., Šehanović, J. 2004., Organizacijska kultura, Varaždin: TIVA i Fakultet organizacije i informatike
Dodatna	1. Hendi, Č. 1996. Bogovi menadžmenta: promene u načinu rada organizacija, Beograd: Želnid 2. Schein, E. H. 2011. Organizational Culture and Leadership, Boston: Jossey-Bass

	UNIVERSITY OF ZENICA FACULTY OF ECONOMICS	
---	--	---

### Subject title: ORGANIZATIONAL CULTURE

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code		
		Lectures	Exercises				
Drugi	Mandatory	4		5,5	04K40-0_		
<b>Subject leader:</b> Associate Professor Dijana Husaković <b>E-mail:</b> dijana.husakovic@ef.unze.ba		<b>Subject assistant:</b> <b>E-mail:</b>					
<b>Pre-requisites</b>		Organisational Behaviour					
<b>Subject aims</b>		The aim of the course is to understand organizational culture as the collective mindset of the enterprise.					
<b>Learning outcomes</b>		Be able to understand the cognitive and symbolic elements of an organization.					

#### Indicative syllabus content:

- Introduction to organizational culture
- Defining the structure of culture
- The theory of cultural harmony
- What leaders need to know about Macro Cultures
- The evolution, development and change of organizational cultures
- Organizational culture content - cognitive and symbolic elements of organizational culture
- Organizational cultures research
- The impact of organizational cultures on management, organization and performance
- The impact of organizational cultures on strategy, leadership and structure
- The impact of organizational cultures on learning, motivation and rewarding
- The dynamics of organizational culture: evolution, change and management
- Culture and leadership through stages of growth
- National culture and management
- Assessing the culture and leading planned change

#### Learning delivery:

Lectures, presentations, term papers and class discussions.

#### Assessment Rationale:

Two tests during semester or written exam

In class work – presentations and discussions

Term paper

Oral exam (written exam, presentation and term paper are pre-requisites for oral exam).

Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam	Written Tests	
10%	-	30%	10%	50%	
<b>Reading</b>					

Essential	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Janićijević, N. 2013. Organizaciona kultura i menadžment, Beograd: Ekonomski fakultet</li> <li>2. Janićijević, N. 2007. Organizaciona kultura- kolektivni um preduzeća, Novi Sad: Prometej</li> <li>3. Žugaj, M., Glavica-Bojanović, B., Brčić, R., Šehanović, J. 2004., Organizacijska kultura, Varaždin: TIVA i Fakultet organizacije i informatike</li> </ol>
Supplementary	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hendi, Č. 1996. Bogovi menadžmenta: promene u načinu raada organizacija, Beograd: Želnid</li> <li>2. Schein, E. H. 2011. Organizational Culture and Leadership, Boston: Jossey-Bass</li> </ol>



## OPIS IZMJENA I DOPUNA STUDIJSKIH PROGRAMA

<b>OPĆE INFORMACIJE O IZMJENAMA I DOPUNAMA STUDIJSKOG PROGRAMA</b>				
1. Naziv studijskog programa	Menadžment preduzeća			
2. Nositelj studijskog programa	Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici			
3. Tip studijskog programa	Stručni studijski program		<b>Univerzitetski studijski program</b>	
4. Nivo studijskog programa	Preddiplomski	<b>Diplomski</b>		Integrirani
5. Način izvođenja studijskoga programa	Klasični	<b>Mješoviti (klasični + on line)</b>		<i>On line</i> u cijelosti
6. Akademski/stručni naziv po završetku studija	Magistar ekonomije sa naznakom odsjeka: Menadžment preduzeća.			
7. Ukupni broj ECTS bodova	Prije promjene	60	Poslije promjene	60
8. Odluka NNV o prihvatanju izmjena i dopuna (dostaviti u prilogu)				
9. Odluka ili rješenje o odobrenju studijskog programa (dostaviti u prilogu)				
10. Opseg izmjena i dopuna studijskoga programa	Broj ECTS bodova nepromijjenjenoga dijela programa:			47
	Broj ECTS bodova promijjenjenoga dijela programa:			13
11. Redni broj izmjena i dopuna studijskoga programa:	1. Umjesto obaveznog predmeta Poslovna strategija uveden je novi predmet Razumijevanje biznisa, a Poslovna strategija je postao obavezni predmet sa liste smjerskih predmeta. 2. Umjesto obaveznog predmeta Konkurentnost preduzeća uveden je novi predmet Kros-kulturalni menadžment, a Konkurentnost preduzeća je ukinut. 3. Umjesto izbornog predmeta Krizni menadžment uveden je postojeći predmet Poslovna strategija, a Krizni menadžment je ukinut. 4. Umjesto izbornog predmeta Savremeni koncepti menadžmenta uveden je novi predmet Organizacijsa kultura, a predmet Savremeni koncepti menadžmenta je ukinut.			
12. Procjena postotka promjena, izmjena i dopuna studijskoga programa	a) manje od 20% <b>b) više od 20%, a manje od 40%</b> c) više od 40%			



## OPIS IZMJENA I DOPUNA STUDIJSKIH PROGRAMA

---

**Tabela 1. Opis izmjena i dopuna studijskog programa Menadžment preduzeća na Ekonomskom fakultet Univerziteta u Zenici**  
 /naziv studijskog programa/ /naziv OJ na kojoj se realizuje SP/

R. br.	Naziv predmeta koji se mijenja/ koji se nadopunjuje	Boj ECTS bodova predmeta koji se mijenja		Obrazloženje promjene
		Prije promjene	Poslije promjene	
1.	Poslovna strategija	7,5	5,5	Umjesto obavezognog predmeta Poslovna strategija uveden je novi predmet Razumijevanje biznisa, a Poslovna strategija je postao obvezni predmet sa liste smjerskih predmeta.
2.	Konkurentnost peduzeća	7,5	-	Umjesto obavezognog predmeta Konkurentnost preduzeća uveden je novi predmet Kros-kulturalni menadžment, a Konkurentnost preduzeća je ukinut.
4.	Krizni menadžment	5,5	-	Umjesto izbornog predmeta Krizni menadžment uveden je postojeći predmet Poslovna strategija, a Krizni menadžment je ukinut.
5.	Savremeni koncepti menadžmenta	5,5	-	Umjesto izbornog predmeta Savremeni koncepti menadžmenta uveden je novi predmet Organizacijska kultura, a predmet Savremeni koncepti menadžmenta je ukinut.

**UNIVERZITET U ZENICI  
EKONOMSKI FAKULTET  
Naučno-nastavno vijeće**

Broj: 06-200-001-338/20  
Zenica, 21. 05. 2020. godine

Na osnovu člana 67. stav (2) tačka a) a u vezi sa članovima 129., 130 i 131., Zakona o visokom obrazovanju („Službene novine Zeničko-dobojskog kantona“ broj: 6/09, 09/13, 13/13, 04/15, 05/18 i 04/19) i člana 114. stav (1) tačka a) a u vezi sa članom 183. stav 3. Statuta Univerziteta u Zenici (Prečišćeni tekst) i tačke 5.5. Procedure za preispitivanje i inoviranje studijskih programa na Univerzitetu, Naučno-nastavno vijeće Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici je na svojoj 5/20 redovnoj sjednici održanoj 21. 05. 2020. godine, donijelo je

**O D L U K U**

**o usvajanju inoviranog (izmijenjenog i dopunjeno) Nastavnog plana i programa za II (drugi) ciklus studija Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici  
(studijski program/odsjek: Menadžment preduzeća)**

**Član 1.**

Usvaja se inovirani (izmijenjeni i dopunjeni) Nastavni plan i program za II (drugi) ciklus studija Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici studijski program/odsjek: Menadžment preduzeća.

**Član 2.**

Sastavni dio ove odluke je inovirani Nastavni plan i program za II (drugi) ciklus studija, studijski program/odsjek: Menadžment preduzeća.

**Član 3.**

Inovirani Nastavni plan i program za II (drugi) ciklus studija studijski program/odsjek: Menadžment preduzeća Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici primjenjivati će se od akademske 2020/2021. godine.

**Član 4.**

Odluka stupa na snagu danom donošenja.

**Dostavljeno:**

- 1x Prodekan za nastavu i studentska pitanja  
1x Dekan  
1x Studentska služba  
Ix a/a



PREDSJEDAVAJUĆI  
NAUČNO-NASTAVNOG VIJEĆA

V.prof.dr.sc. Nedžad Polić