



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: EKONOMETRIJA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
I	Obavezni	2	2	10	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Stanko Stanić E-mail: stanko.stanic@ef.unibl.org Nastavnik: Prof. dr. sc. Mira Pešić-Andrijić E-mail: mira.pesic@unvi.edu.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Predrag Mimović E-mail: mimovicp@kg.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje			Nema		
Cilj predmeta	Cilj predmeta je upoznavanje kandidata sa ključnim ekonometrijskim metodama i modelima koji su posvećeni analizi podataka vremenskih serija i podataka panela. Izlažu se teorijske osnove ekonometrijskih modela i njihova uloga u konkretnim ekonomskim istraživanjima. Kako je primjena ekonometrijskih modela osnov savremene metodologije zaključivanja u ekonomiji, ovaj predmet daje potrebna metodološka znanja da se na osnovu empirijskih podataka u praksi obavljaju složene analize, kako u mikroekonomskoj tako i makroekonomskoj oblasti.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Kandidati usvajaju principe ekonometrijskog modeliranja podataka vremenskih serija i podataka panela. Kroz praktične primjere i upotrebu odgovarajućeg ekonometrijskog softvera, kandidati ovladavaju potrebnim znanjima za samostalna ekonometrijska istraživanja. Stečena znanja osposobljavaju kandidate za primjenu modeliranja u privredi, bankarstvu, državnim ustanovama, i svuda gdje je potrebno argumentovano zaključivanje na osnovu teorijskih postavki i empirijskih podataka. Ta znanja sadrže: metodologiju ekonometrijskog modeliranja radi kvantifikovanja ekonomskih međuzavisnosti kod uporednih podataka (zemalja, firmi, domaćinstava, itd.), tehniku rada sa panelima (više jedinica posmatranja kroz vrijeme), modele binarnog i višestrukog izbora, vještine u radu sa savremenim računarskim programima, u izvođenju dokaza i prezentovanju rezultata.				
Program predmeta:					
<ul style="list-style-type: none"> • Metodologija ekonometrijskih istraživanja • Regresijska analiza (model jednostavne linearne regresije, model višestruke linearne regresije, kvalitativne regresione varijable, specifikacija i ocjenjivanje modela) • Ekonometrijska analiza podataka vremenskih serija (osnovni koncepti, obična i parcijalna autokorelaciona funkcija, linearni proces, modeli stacionarnih vremenskih serija, modeli za vremenske serije sa jediničnim korenom, testovi jediničnog korijena, kointegracija i model sa korekcijom ravnotežne greške, praktično modeliranje upotrebom softvera Eviews). • Ekonometrijska analiza podataka panela (modeli fiksnih i slučajnih efekata - specifikacije, pretpostavke i metodi ocjenjivanja, testiranje individualnih i vremenskih efekata, statističko zaključivanje pri narušenim pretpostavkama statičkih modela panela, dinamički modeli panela, jedinični koren i kointegracija u panelu, testovi jediničnog korena i kointegracije, praktično modeliranje upotrebom softvera Stata.) 					
Izvođenje nastave:					
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.				
Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	10%	40%	40%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jovičić, M., Dragutinović, R. (2011). Ekonometrijski metodi i modeli CID. Ekonomski fakultet: Beograd 2. Mladenović, Z., Nojković A. (2012) Primijenjena analiza vremenskih serija CID. Ekonomski fakultet: Beograd. 3. Jurun, E., Pivac, S., Arnerić, J., (2006), Primijenjena ekonometrija, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu 			
Dodatna	<ul style="list-style-type: none"> – Bahovec, V., Erjavec, N. (2009), Uvod u ekonometrijsku analizu, Element, Zagreb – Greene, W.H. (2003), Econometric Analysis, 5/e, Prentice Hall – Gujarati, D.N. (2003), Basic Econometrics, 4/e, McGraw-Hill – Kennedy, P. (2004), A Guide to Econometrics, 5/e, The MIT – Kmenta J. (1997), Počela ekonometrije, Mate, Zagreb 			



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: ECONOMETRICS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
I	Mandatory	2	2	10	

Subject leader: Prof. dr. sc. Stanko Stanić

E-mail: stanko.stanic@ef.unibl.org

Lecturer: Prof. dr. sc. Mira Pešić-Andrijić

E-mail: mira.pesic@unvi.edu.ba

Lecturer: Prof. dr. sc. Predrag Mimović

E-mail: mimovicp@kg.ac.rs

Subject assistant:

E-mail:

Pre-requisites

None

Subject aims

The main aim of the course is to introduce candidates to key econometric methods and models designed to analyze time series data and panel data. Theoretical foundations of econometric models and their role in economic research are covered. The modern methodology used in economic research is based on the application of econometric models. This course provides the necessary methodological knowledge needed for complex analysis of the empirical data, both in the microeconomic and macroeconomic area.

Learning outcomes

Candidates are introduced to the principles of time series data and panel data econometric modeling. The practical examples and the usage of appropriate econometric software will equip candidates with the necessary knowledge for independent econometric research. The acquired knowledge can be applied in the economy, banking, state institutions, etc., in situations when empirical data and theoretical based arguments are required. These knowledge includes: methodology of econometric modeling in order to quantify economic interdependencies in comparative data (countries, companies, households, etc.), panel modeling techniques (observation units are observed through time), models of binary and multiple choice, skills in working with data analysis software, interpretation and presentation of the results.

Indicative syllabus content:

- Methodology of Econometrics Research
- Regression Analysis (Simple Linear Regression, Multiple Linear Regression, Qualitative Variables, Specification and Model Evaluation)
- Econometric Analysis of Time Series (Basic Concepts, Regular and Partial Autocorrelation Function, Linear Process, Stationary Time Series Models, Time Series Models with Unit Root, Single Root Tests, Cointegration and Equilibrium Correction Model, Practical Modeling using Eviews Software).
- Econometric Analysis of Panel Data (Fixed- and Random-effects Models - Specifications, Assumptions and Assessment Methods, Individual- and Time-effects Testing, Statistical Inference when the Assumptions of the Panel Static Models are Violated, Dynamic Panel Models, Unit Root and Cointegration, Single Root Tests and Cointegration, Practical Modeling using Stata Software.)

Learning delivery:

In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.

Assessment Rationale:

Scholarly research paper and oral exam.

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	10%	40%	40%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none">1. Jovičić, M., Dragutinović, R. (2011). <i>Ekonometrijski metodi i modeli CID</i>. Ekonomski fakultet: Beograd2. Mladenović, Z., Nojković A. (2012). <i>Primenjena analiza vremenskih serija CID</i>. Ekonomski fakultet: Beograd.3. Jurun, E., Pivac, S., Arnerić, J., (2006), <i>Primijenjena ekonometrija</i>, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu			
Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Bahovec, V., Erjavec, N. (2009), <i>Uvod u ekonometrijsku analizu</i>, Element, Zagreb– Greene, W.H. (2003), <i>Econometric Analysis</i>, 5/e, Prentice Hall– Gujarati, D.N. (2003), <i>Basic Econometrics</i>, 4/e, McGraw-Hill– Kennedy, P. (2004), <i>A Guide to Econometrics</i>, 5/e, The MIT– Kmenta J. (1997), <i>Počela ekonometrije</i>, Mate, Zagreb			



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: SAVREMENE KVANTITATIVNE I KVALITATIVNE METODE U EKONOMIJI

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
I	Obavezni	2	2	10	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Senad Fazlović E-mail: senad.fazlovic@untz.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Safet Kozarević E-mail: safet.kozarevic@untz.ba Nastavnik: Prof. dr. emeritus Stiepo Andrijić E-mail: stiepo.andrijic@unvi.edu.ba			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Nema			
Cilj predmeta	Upoznavanje studenata sa kvalitativnim i kvantitativnim metodama u ekonomskim istraživanjima, koje su neophodne za praćenje poslovnih događaja, odnosno za poslovno odlučivanje.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Na kraju semestra uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano izvršavali svoje obaveze, biće osposobljeni: da poznaju mjesto i ulogu kvalitativnih i kvantitativnih metoda u ekonomskim istraživanjima, da koriste adekvatne metode za praćenje poslovnih događaja, da razumiju i ispravno interpretiraju dobivene rezultate obrade.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Kvalitativna i kvantitativna istraživanja u ekonomiji i menadžmentu • Mjerenje • Metoda uzoraka u ekonomskim istraživanjima • Modeliranje • Statističke metode (univarijaciona, bivarijaciona i multivarijaciona analiza) • Kvalitativne metode u ekonomskim istraživanjima (studija slučaja, višestruka studija slučaja, fokus grupa, delfi metoda, ekspertne ocjene i dr.) 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	10%	40%	40%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Fazlović S., (2013) Primijenjena statistika, OFF SET, Tuzla 2. Halmi A., (2003) Multivarijantna analiza u društvenim znanostima, Alinea, Zagreb				
Dodatna	– Newbold P., Wiliam L. Carlson, Thorne B., (2010) <i>Statistika za poslovanje i ekonomiju</i> , MATE, Zagreb				

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code		
				Lectures	Exercises				
I		Mandatory		2	2	10			
Subject leader: Prof. dr. sc. Senad Fazlović E-mail: senad.fazlovic@untz.ba Lecturer: Prof. dr. sc. Safet Kozarević E-mail: safet.kozarevic@untz.ba Lecturer: Prof. dr. Stiepo Andrijić E-mail: stiepo.andrijic@unvi.edu.ba				Subject assistant: E-mail:					
Pre-requisites				None					
Subject aims		The main aim of the course is to introduce candidates to qualitative and quantitative methods in economic research that are necessary for business operations monitoring and business decision making.							
Learning outcomes		At the end of the semester, successful students with continued fulfillment of their duties throughout the academic year will be trained: to be familiar with the place and the role of qualitative and quantitative methods in economic research, to use adequate methods for monitoring business operations, to understand and correctly interpret the obtained processing results.							
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Qualitative and Quantitative Research in Economics and Management • Measurement • Sample Method in Economic Research • Modeling • Statistical Methods (Univariation, Bivariation and Multivariate Analysis) • Qualitative Methods in Economic Research (Case Studies, Multiple Case Studies, Focus Groups, Delphi Methods, Expert Evaluations, etc.) 									
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.									
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.									
Assessment Criteria									
Lectures		Exercises		Scholarly research paper		Oral exam		Other	
10%		10%		40%		40%		-	
Reading									
Essential		1. Fazlović S., (2013) Primijenjena statistika, OFF SET , Tuzla 2. Halmi A., (2003) Multivarijantna analiza u društvenim znanostima, Alinea, Zagreb							
Supplementary		– Newbold P., Wiliam L. Carlson, Thorne B., (2010) <i>Statistika za poslovanje i ekonomiju</i> , MATE, Zagreb							



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: SAVREMENI IZAZOVI U MENADŽMENTU I MARKETINGU

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
I	Obavezni	2		10	
Nastavnik: Tema 1. V. prof. dr. sc. Dijana Husaković E-mail: dijana.husakovic@ef.unze.ba Tema 2. Prof. dr. sc. Đorđe Kaličanin E-mail: kalicanin@ekof.bg.ac.rs Tema 3. Prof. dr. sc. Aziz Šunje, Prof. dr. sc. Rifet Đogić E-mail: aziz.sunje@efsa.unsa.ba rifetd@yahoo.com Tema 4. Prof. dr. sc. Nenad Brkić E-mail: nenad.brkic@efsa.unsa.ba Tema 5. Prof. dr. sc. Almir Peštek E-mail: almir.pestek@efsa.unsa.ba			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Nema	
Cilj predmeta	<p><i>Tema 1.</i> Upoznati studente sa značajem koncepta društveno odgovornog poslovanja u savremenom biznisu.</p> <p><i>Tema 2.</i> Upoznati studente sa značajem koncepta Value Based Management (VBM) u savremenom biznisu.</p> <p><i>Tema 3.</i> Upoznati studente o nužnosti korporativnog restrukturiranja državnih preduzeća u BiH.</p> <p><i>Tema 4.</i> Upoznati studente o izazovima marketing koncepcije u digitalnom poslovnom okruženju.</p> <p><i>Tema 5.</i> Upoznati studente o nužnosti redizajniranja marketing koncepta u promjenjivom konkurentskom okruženju.</p>				
Kompetencije (Ishodi učenja)	<p><i>Tema 1.</i> Biti osposobljen za slušanje izbornog predmeta „Društveno odgovorno poslovanje u savremenom biznisu“</p> <p><i>Tema 2.</i> Biti osposobljen za slušanje izbornog predmeta „Upravljanje pomoću vrijednosti (VBM – Value Based Management)“</p> <p><i>Tema 3.</i> Biti osposobljen za slušanje izbornog predmeta „Savremeno korporativno restrukturiranje“</p> <p><i>Tema 4.</i></p>				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	Biti osposobljen za slušanje izbornog predmeta „Digitalni marketing i marketing društvenih medija“ <i>Tema 5.</i> Biti osposobljen za slušanje izbornog predmeta „Digitalna transformacija biznisa“			
Program predmeta:				
<i>Tema 1.</i> <ul style="list-style-type: none"> Osnove koncepta Društveno odgovornog poslovanja <i>Tema 2.</i> <ul style="list-style-type: none"> Osnove koncepta Value Based Management (VBM) <i>Tema 3.</i> <ul style="list-style-type: none"> Nužnost korporativnog restrukturiranja državnih preduzeća u BiH <i>Tema 4.</i> <ul style="list-style-type: none"> Izazovi marketing koncepcije u digitalnom poslovnom okruženju <i>Tema 5.</i> <ul style="list-style-type: none"> Digitalna transformacija biznisa 				
Izvođenje nastave:				
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.				
Provjera znanja:				
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.				
Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> Kotler, F. & Li, N. 2007. Korporativna društvena odgovornost: učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, prvo izdanje, HESPERIAedu/Ekonomski fakultet Beograd. Crane, A., Matten, D. & Spence, L.J. (ed) 2008. Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context, first edition, Routledge New York. Husaković, D. 2016. Društveno odgovorno poslovanje kao strategija konkurentnosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici Delić, A.; Husaković, D. & Čavalić, A. 2018. Društvena odgovornost i ljudski potencijali, IN SCAN Tuzla Đorđe Kaličanin, Menadžment vrijednosti preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2006. Biljana Pešalj, Mjerenje performansi preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2007. Erić, D., Stošić, I., 2013, Korporativno restrukturiranje, IEN, BBA i Čigoja, Beograd. Todorović, M., 2006, Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd. Gogan, P., 2001, Integracije, akvizicije i restrukturiranje korporacija, Prometej, Novi Sad. Đurićin, D., 2017, Izlaz iz tranzicionizma, Savez ekonomista Srbije, Beograd. Čefi, D. (2018): Digitalni marketing: planiranje i optimizacija, (prevod), Beograd: 			

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	<p>Viva Trade MB</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Peštek, A. (2011): E-marketing u turizmu, Sarajevo: Ekonomski fakultet 15. Dodson, I. (2018): The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns, New York: Wiley 16. Crnobrnja, S. (2014): Noviji mediji i društvene mreže: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 17. Krstić, N. (2015): Digitalni marketing: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 18. Rakić, B., Rakić, M. (2015): Digitalni marketing: integrisani pristup digitalnim marketinškim aktivnostima, Beograd: Zavod za udžbenike 19. Bauer, I. (2013): Digitalni marketing, Beograd: Zavod 20. Garner, R. (2012): Search and Social: The Definitive Guide to Real-Time Content Marketing, Boston: Wiley 21. Cox, B., Koelzer, W. (2005): Internet marketing, Zagreb: M plus 22. Filipović, J. (2017): Internet marketing, Beograd: Ekonomski fakultet 23. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, Osijek: Ekonomski fakultet, 24. Šarac, M., Jevremović, A., Radovanović, D. (2015): Internet marketing, Beograd: Univerzitet Singidunum 25. Tracy, L. T., Solomon, M. R. (2012): Social Media Marketing, Los Angeles: Sage 26. DeMers, J. (2016): The Definitve Guide to Social Media Marketing, Boston: Audience Bloom 27. Spremić, M. (2017): Digitalna transformacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet 28. Caurdon, J., Van Petegrem, D. (2018): Digital Transformation: A model to master digital distruption, 29. Herbert, L. (2017): Digital Transformation: Build your Organizations Future for the Innovation Age, Bloomsbury 30. Rogers, D. L. (20): Digital Transformation Playbook: Rethink you business for the digital age, New York: Columbia Business School 31. Martin, C. (2018): Digital Transformation 3.0: The New Business-to-Consumer Connections of The Internet od Things, Boston: NFI Research 32. Schmidt, E., Cohen, J. (2014): Novo digitalno doba: Nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati, Zagreb: Profil 33. Panian, Ž., Strugar, I. (2013): Informatizacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet
Dodatna	<ul style="list-style-type: none"> – Krkač, K. (ur.) 2007. Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, prvo izdanje, MATE/ZSEM Zagreb – Međunarodni standardi, pravila i principi za DOP; odabrani članci – Blagoje Novičević, Upravljanje performansama preduzeća, Ekonomski fakultet u Nišu, 2006. – Paul Niven, Balanced scorecard - korak po korak, Masmedia, 2010. – Weston, R. B., Siu, J. F., Johnson, J. A., 2001, Takeovers, Restructuring and Corporate Governance, 3rd ed., Prentice Hall. – Babić M, i dr., 1996, Reforma preduzeća, PS Grmeč-Privredni pregled, Beograd. – Heilbroner, R. L. and Thurow, L. C., 1987, Economics Explained, Simon and Shuster, Inc., New York.



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: CONTEMPORARY CHALLENGES IN MANAGEMENT AND MARKETING

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
I	Mandatory	2		10	
Subject leader: Topic 1. Assoc. prof. dr. sc. Dijana Husaković E-mail: dijana.husakovic@ef.unze.ba Topic 2. Prof. dr. sc. Đorđe Kaličanin E-mail: kalicanin@ekof.bg.ac.rs Topic 3. Prof. dr. sc. Aziz Šunje Prof. dr. sc. Rifet Đogić E-mail: aziz.sunje@efsa.unsa.ba rifetd@yahoo.com Topic 4. Prof. dr. sc. Nenad Brkić E-mail: nenad.brkic@efsa.unsa.ba Topic 5. Prof. dr. sc. Almir Peštek E-mail: almir.pestek@efsa.unsa.ba			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites			None		
Subject aims	<p><i>Topic 1.</i> To introduce students to the significance of the concept of socially responsible business in modern business.</p> <p><i>Topic 2.</i> To introduce students with the significance of the concept of Value Based Management (VBM) in modern business.</p> <p><i>Topic 3.</i> To introduce students to the necessity of corporate restructuring of state-owned firms in B&H.</p> <p><i>Topic 4.</i> To introduce students to the challenges of marketing concept in a digital business environment.</p> <p><i>Topic 5.</i> To introduce students to the necessity of redesigning marketing concepts in a changing competitive environment.</p>				
Learning outcomes	<p><i>Topic 1.</i> Being able to listen to the elective subject "Socially Responsible Business in Contemporary Business"</p> <p><i>Topic 2.</i> Be able to listen to the "VBM - Value Based Management"</p> <p><i>Topic 3.</i> Being able to listen to the electoral subject "Contemporary Corporate Restructuring"</p> <p><i>Topic 4.</i> Being able to listen to the elective subject "Digital Marketing and Social Media Marketing"</p>				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

<p><i>Topic 5.</i> To be able to listen to the elective subject "Digital Business Transformation"</p>				
<p>Indicative syllabus content:</p> <p><i>Topic 1.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • The basics of Corporate Responsibility concept <p><i>Topic 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • The basics of Value Based Management (VBM) concept <p><i>Topic 3.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • The necessity of corporate restructuring of state-owned enterprises in B&H <p><i>Topic 4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Challenges of marketing concept in a digital business environment <p><i>Topic 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Digital business transformation 				
<p>Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.</p>				
<p>Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.</p>				
Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, F. & Li, N. 2007. Korporativna društvena odgovornost: učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, prvo izdanje, HESPERIA.edu/Ekonomski fakultet Beograd. 2. Crane, A., Matten, D. & Spence, L.J. (ed) 2008. Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context, first edition, Routledge New York. 3. Husaković, D. 2016. Društveno odgovorno poslovanje kao strategija konkurentnosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 4. Delić, A.; Husaković, D. & Čavalić, A. 2018. Društvena odgovornost i ljudski potencijali, IN SCAN Tuzla 5. Đorđe Kaličanin, Menadžment vrijednosti preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2006. 6. Biljana Pešalj, Mjerenje performansi 7. preduzeća, Ekonomski fakultet u 8. Beogradu, 2007. 9. Erić, D., Stošić, I., 2013, Korporativno restrukturiranje, IEN, BBA i Čigoja, Beograd. 10. Todorović, M., 2006, Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd. 11. Gogan, P., 2001, Integracije, akvizicije i restrukturiranje korporacija, Prometej, Novi Sad. 12. Đuričin, D., 2017, Izlaz iz tranzicionizma, Savez ekonomista Srbije, Beograd. 13. Čefi, D. (2018): Digitalni marketing: planiranje i optimizacija, (prevod), Beograd: Viva Trade MB 			

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	<ol style="list-style-type: none"> 14. Peštek, A. (2011): E-marketing u turizmu, Sarajevo: Ekonomski fakultet 15. Dodson, I. (2018): The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns, New York: Wiley 16. Crnobrnja, S. (2014): Noviji mediji i društvene mreže: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 17. Krstić, N. (2015): Digitalni marketing: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 18. Rakić, B., Rakić, M. (2015): Digitalni marketing: integrisani pristup digitalnim marketinškim aktivnostima, Beograd: Zavod za udžbenike 19. Bauer, I. (2013): Digitalni marketing, Beograd: Zavod 20. Garner, R. (2012): Search and Social: The Definitive Guide to Real-Time Content Marketing, Boston: Wiley 21. Cox, B., Koelzer, W. (2005): Internet marketing, Zagreb: M plus 22. Filipović, J. (2017): Internet marketing, Beograd: Ekonomski fakultet 23. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, Osijek: Ekonomski fakultet, 24. Šarac, M., Jevremović, A., Radovanović, D. (2015): Internet marketing, Beograd: Univerzitet Singidunum 25. Tracy, L. T., Solomon, M. R. (2012): Social Media Marketing, Los Angeles: Sage 26. DeMers, J. (2016): The Definitve Guide to Social Media Marketing, Boston: Audience Bloom 27. Spremić, M. (2017): Digitalna transformacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet 28. Caurdon, J., Van Petegrem, D. (2018): Digital Transformation: A model to master digital distruption, 29. Herbert, L. (2017): Digital Transformation: Build your Organizations Future for the Innovation Age, Bloomsbury 30. Rogers, D. L. (20): Digital Transformation Playbook: Rethink you business for the digital age, New York: Columbia Business School 31. Martin, C. (2018): Digital Transformation 3.0: The New Business-to-Consumer Connections of The Internet od Things, Boston: NFI Research 32. Schmidt, E., Cohen, J. (2014): Novo digitalno doba: Nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati, Zagreb: Profil 33. Panian, Ž., Strugar, I. (2013): Informatizacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> – Krkač, K. (ur.) 2007. Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, prvo izdanje, MATE/ZŠEM Zagreb – Međunarodni standardi, pravila i principi za DOP; odabrani članci – Blagoje Novičević, Upravljanje performansama preduzeća, Ekonomski fakultet u Nišu, 2006. – Paul Niven, Balanced scorecard - korak po korak, Masmedia, 2010. – Weston, R. B., Siu, J. F., Johnson, J. A., 2001, Takeovers, Restructuring and Corporate Governance, 3rd ed., Prentice Hall. – Babić M, i dr., 1996, Reforma preduzeća, PS Grmeč-Privredni pregled, Beograd. – Heilbroner, R. L. and Thurow, L. C., 1987, Economics Explained, Simon and Shuster, Inc., New York.

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
				Predavanja	Vježbe		
II		Izborni				8	
Nastavnik: V. prof. dr. sc. Dijana Husaković E-mail: dijana.husakovic@ef.unze.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Adisa Delić E-mail: adisa.delic@untz.ba					Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta		Izgraditi kompetencije studenata za uspješno savladavanje izazova koje u globalnoj ekonomiji društvo postavlja pred preduzeće. Upoznati studente sa osnovama društveno odgovornog poslovanja, kako bi bili u stanju razumjeti DOP, uspješno ga primijeniti u preduzeću, te upravljati DOP-om u cilju ostvarenja konkurentske prednosti preduzeća na tržištu.					
Kompetencije (Ishodi učenja)		Razumijevanje DOP-a Primjena DOP-a Upravljanje DOP-om					
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Društvena odgovornost preduzeća u globalnom kontekstu • Problem naravi i odgovornosti preduzeća • Definisane DOP-a: koncepti i teorije • Upravljanje interesnim grupama: pojam i značaj • DOP kao poslovna strategija: business case • Sadržaj društveno odgovornog poslovanja • Upravljanje rizikom i društveni interesi • DOP i korporativno upravljanje • DOP, reputacija i upravljanje brendom • Komuniciranje i izvještavanje preduzeća o DOP-u • Regulativa društvene odgovornosti preduzeća • Dostignuti rezultati u primjeni DOP-a 							
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.							

Provjera znanja:				
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.				
Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, F. & Li, N. 2007. Korporativna društvena odgovornost: učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, prvo izdanje, HESPERIAedu/Ekonomski fakultet Beograd. 2. Crane, A., Matten, D. & Spence, L.J. (ed) 2008. Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context, first edition, Routledge New York. 3. Husaković, D. 2016. Društveno odgovorno poslovanje kao strategija konkurentnosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 4. Delić, A.; Husaković, D. & Čavalić, A. 2018. Društvena odgovornost i ljudski potencijali, IN SCAN Tuzla 			
Dodatna	<ul style="list-style-type: none"> – Krkač, K. (ur.) 2007. Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, prvo izdanje, MATE/ZŠEM Zagreb – Međunarodni standardi, pravila i principi za DOP; odabrani članci 			

Semester		Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
			Lectures	Exercises		
II		Elective	2		8	
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Dijana Husaković E-mail: dijana.husakovic@ef.unze.ba Lecturer: Prof. Dr. Adisa Delić E-mail: adisa.delic@untz.ba				Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites			Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		To build students' competences for successfully overcoming the challenges, which society imposes on enterprises, in global economy. To introduce students to the basics of CSR, so they could understand what CSR all is about, to be able to successfully apply CSR in enterprises, and manage it to achieve the competitive advantage in the market.				
Learning outcomes		Understanding CSR Applying CSR Managing CSR				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • CSR in global context • Question of nature and responsibility of corporation • Defining CSR: Concepts and theories • Stakeholder management: meaning and importance of stakeholders • CSR as business strategy: business case • Content of CSR • Risk management and societal interests • CSR and Corporate Governance • CSR, reputation and brand management • CSR communication and reporting • CSR rules, regulations and standards • Achieved results in CSR application 						
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.						
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.						
Assessment Criteria						
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other		
10%	-	45%	45%	-		

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Reading	
Essential	<ol style="list-style-type: none">1. Kotler, F. & Li, N. 2007. Korporativna društvena odgovornost: učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, prvo izdanje, HESPERIAedu/Ekonomski fakultet Beograd.2. Crane, A., Matten, D. & Spence, L.J. (ed) 2008. Corporate Social Responsibility: Readings and cases in a global context, first edition, Routledge New York.3. Husaković, D. 2016. Društveno odgovorno poslovanje kao strategija konkurentnosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici4. Delić, A.; Husaković, D. & Čavalić, A. 2018. Društvena odgovornost i ljudski potencijali, IN SCAN Tuzla
Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Krkač, K. (ur.) 2007. Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, prvo izdanje, MATE/ZŠEM Zagreb– Međunarodni standardi, pravila i principi za DOP; odabrani članci



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: UPRAVLJANJE POMOĆU VRIJEDNOSTI (VBM)

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Đorđe Kaličanin E-mail: kalicanin@ekof.bg.ac.rs Nastavnik: Prof. dr. sc. Danijela Martinović E-mail: danijela.martinovic@efsa.unsa.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Blagoje Novičević E-mail: blagoje.novicevic@eknfak.ni.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Sticanje 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.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za menadžment preduzeća koji će maksimizirati bogatstvo njegovih vlasnika.				
Program predmeta:					
<ul style="list-style-type: none"> • Osnove VBM (Teorija o stejkholderima i teorija o akcionarima kao primarnim stejkholderima, Revolucija akcionarstva, Koncept menadžmenta zasnovanog na vrijednosti, Strategijski finansijski menadžment, Model strategijskog menadžmenta zasnovanog na vrijednosti) • Mjerenje vrijednosti (Sistem mjerenja performansi akcionarskog preduzeća, Računovodstvena mjerila performansi, Vrijednosna mjerila performansi, Cijena kapitala) • Formulisanje strategije stvaranja vrijednosti (Strategija preduzeća, Strategija poslovne jedinice, Strategija eksternog rasta, Strategija prestrukturiranja) • Primjena strategija stvaranja vrijednosti (Primjena strategije stvaranja vrijednosti pomoću liste usklađenih rezultata, Uloga biznis plana u stvaranju vrijednosti, Sistem nagrađivanja u konceptu menadžmenta zasnovanog na vrijednosti) 					
Izvođenje nastave:					
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja:					
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Đorđe Kaličanin, Menadžment vrijednosti preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2006.				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	2. Biljana Pešalj, Mjerenje performansi preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2007.
Dodatna	<ul style="list-style-type: none">– Blagoje Novičević, Upravljanje performansama preduzeća, Ekonomski fakultet u Nišu, 2006.– Paul Niven, Balanced scorecard - korak po korak, Masmedia, 2010.

Semester		Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
			Lectures	Exercises		
II		Elective	2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Đorđe Kaličanin E-mail: kalicanin@ekof.bg.ac.rs Lecturer: Assoc. Prof. Dr. Danijela Martinović E-mail: danijela.martinovic@efsa.unsa.ba Lecturer: Prof. Dr. Blagoje Novičević E-mail: blagoje.novicevic@eknfak.ni.ac.rs				Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites			Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		Acquiring knowledge about a modern approach to managing a company in a contemporary global and turbulent environment based on maximizing the value of an enterprise. The concept of value-based management gives shareholders greater visibility to other internal and external stakeholders with respect for their interests.				
Learning outcomes		Be qualified to manage an enterprise that will maximize the wealth of its owners.				
Indicative syllabus content:						
<ul style="list-style-type: none"> • Foundations of VBM (Stakeholder Theory and Traders' Theory as Primary Stakeholders, Revolution of Equity, Value-Based Management Concept, Strategic Financial Management, Value-Based Strategic Management Model) • Value Measurement (Performance Company Performance Measurement System, Performance Metrics, Performance Measurement, Capital Cost) • Formulation of a Value Creation Strategy (Enterprise Strategy, Business Unit Strategy, External Growth Strategy, Restructuring Strategy) • Applying Value Creation Strategies (Applying a Value Creation Strategy Using a List of Matching Results, Role of a Business Plan in Value Creation, Rewarding System in a Value-Based Management Concept) 						
Learning delivery:						
In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.						
Assessment Rationale:						
Scholarly research paper and oral exam.						
Assessment Criteria						
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other		
10%	-	45%	45%	-		
Reading						
Essential	1. Đorđe Kaličanin, Menadžment vrijednosti preduzeća, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2006. 2. Biljana Pešalj, Mjerenje performansi preduzeća, Ekonomski fakultet u					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu
Begradu, 2007.

Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Blagoje Novičević, Upravljanje performansama preduzeća, Ekonomski fakultet u Nišu, 2006.– Paul Niven, Balanced scorecard - korak po korak, Masmedia, 2010.



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: SAVREMENO KORPORATIVNO RESTRUKTURIRANJE

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Aziz Šunje E-mail: aziz.sunje@efsa.unsa.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Dejan Erić E-mail: dejan.eric@bba.edu.rs ; eric@ptt.rs Nastavnik: Prof. dr. sc. Miroslav Todorović E-mail: todorovic@ekof.bg.ac.rs Nastavnik: Prof. dr. sc. Dragan Đurićin E-mail: ddjuricin@ekof.bg.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Ciljevi nastave iz ovog predmeta su upoznavanje studenata sa osnovnim pojmovima i procesom poslovnog restrukturiranja u promjenjivom poslovnom okruženju postranzijskih zemalja.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za razumijevanje procesa poslovnog restrukturiranja. Biti osposobljen za izvođenje procesa poslovnog restrukturiranja.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Teorijske dimenzije restrukturiranja • Oblici restrukturiranja (strategijsko, finansijsko, organizaciono, vlasničko, tržišno) • Restrukturiranje u (post)tranzicijskom periodu • Uloga korporativnog upravljanja u iniciranju restrukturiranja • Iniciranje potrebe za dobrovoljnim restrukturiranjem • Strategije restrukturiranja (strategije restrukturiranja u funkciji rasta, strategije restrukturiranja u funkciji kontrakcije poslovnih aktivnosti, strategije restrukturiranja u funkciji ozdravljenja) • Faze procesa poslovnog restrukturiranja • Modeli poslovnog restrukturiranja • Parcijalno (djelimično) restrukturiranje • Sveobuhvatno (potpuno) restrukturiranje • Spajanja preduzeća • Pripajanja preduzeća • Podjela preduzeća • Izdvajanje dijelova preduzeća • Prodaja dijelova preduzeća 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Erić, D., Stošić, I., 2013, Korporativno restrukturiranje, IEN, BBA i Čigoja, Beograd. 2. Todorović, M., 2006, Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd. 3. Gogan, P., 2001, Integracije, akvizicije i restrukturiranje korporacija, Prometej, Novi Sad. 4. Đuričin, D., 2017, Izlaz iz tranzicionizma, Savez ekonomista Srbije, Beograd. 			
Dodatna	<ul style="list-style-type: none"> - Weston, R. B., Siu, J. F., Johnson, J. A., 2001, Takeovers, Restructuring and Corporate Governance, 3rd ed., Prentice Hall. - Babić M, i dr., 1996, Reforma preduzeća, PS Grmeč-Privredni pregled, Beograd. - Heilbroner, R. L. and Thurow, L. C., 1987, Economics Explained, Simon and Shuster, Inc., New York. 			



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: MODERN CORPORATE RESTRUCTURING

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Aziz Šunje E-mail: aziz.sunje@efsa.unsa.ba Lecturer: Prof. Dr. Dejan Erić E-mail: dejan.eric@bba.edu.rs ; eric@ptt.rs Lecturer: Prof. Dr. Miroslav Todorović E-mail: odorovic@ekof.bg.ac.rs Lecturer: Prof. Dr. Dragan Đuričin E-mail: ddjuricin@ekof.bg.ac.rs			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	The objectives of this course are to familiarize students with the basic concepts and process of business restructuring in the changing business environment of post-transition countries.				
Learning outcomes	Be able to understand the process of business restructuring. Being able to manage a business restructuring process.				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Theoretical dimensions of restructuring • Forms of restructuring (strategic, financial, organizational, ownership, market) • Restructuring in the (post) transition period • The role of corporate governance in initiating restructuring • Initiating the need for voluntary restructuring • Restructuring strategies (restructuring strategies in the function of growth, restructuring strategies in the function of contraction of business activities, restructuring strategies in the function of recovering) • The stages of the business restructuring process • Business restructuring models • Partial (partial) restructuring • Totally (full) restructuring • Mergers • Acquisition • Spin off and spin out • Strategic Business Units • Sales of parts of the company 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Rationale:				
Scholarly research paper and oral exam.				
Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none">1. Erić, D., Stošić, I., 2013, Korporativno restrukturiranje, IEN, BBA i Čigoja, Beograd.2. Todorović, M., 2006, Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd.3. Gogan, P., 2001, Integracije, akvizicije i restrukturiranje korporacija, Prometej, Novi Sad.4. Đuričin, D., 2017, Izlaz iz tranzicionizma, Savez ekonomista Srbije, Beograd.			
Supplementary	<ul style="list-style-type: none">- Weston, R. B., Siu, J. F., Johnson, J. A., 2001, Takeovers, Restructuring and Corporate Governance, 3rd ed., Prentice Hall.- Babić M, i dr., 1996, Reforma preduzeća, PS Grmeč-Privredni pregled, Beograd.- Heilbroner, R. L. and Thurow, L. C., 1987, Economics Explained, Simon and Shuster, Inc., New York.			



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: UPRAVLJANJE ORGANIZACIONOM KULTUROM

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Adisa Delić E-mail: adisa.delic@untz.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Gordana Ilić E-mail: gordana.ilic@ef.unibl.org Nastavnik: Prof. dr. sc. Nebojša Jančićević E-mail: nebojsaj@ekof.bg.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Učiniti studente svjesnim značaja organizacione kulture, njene uloge u funkcionisanju organizacija i njenog uticaja na organizacione performanse. Osposobiti studente da razumiju sadržinu, strukturu, funkcije, dinamiku organizacione kulture kao i njen uticaj na uspješno vođenje preduzeća. Omogućiti studentima da ovladaju vještinama vezanim za istraživanje, planiranje i promjene organizacione kulture.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Moći razumjeti elemente organizacione kulture. Moći identifikovati subkulture u organizacionoj kulturi. Moći prepoznati tipove organizacionih kultura u praksi. Biti osposobljen za planiranje i sprovođenje promjene organizacione kulture. Biti osposobljen za prilagođavanje menadžment prakse specifičnostima nacionalne kulture. Biti osposobljen za istraživanje i mjerenje organizacione kulture.				
Program predmeta:					
<ul style="list-style-type: none"> • Pojam i sadržaj organizacione kulture (Razvoj koncepta organizacione kulture, Koncept organizacione kulture u menadžmentu, Perspektive organizacione kulture, Kognitivni sadržaj organizacione kulture: pretpostavke, Kognitivni sadržaj organizacione kulture: vrijednosti); • Klasifikacija, snaga, struktura organizacione kulture, organizaciona klima • Organizaciona kultura i menadžment (Organizaciona kultura i strategija, Organizaciona kultura i struktura, Organizaciona kultura i kontrola, Organizaciona kultura i performanse, Organizaciona kultura i upravljanje promjenama, Organizaciona kultura i liderstvo, Organizaciona kultura i upravljanje znanjem, Organizaciona kultura, motivacija, ocjenjivanje učinaka i nagrađivanje) • Dinamika organizacione kulture (Stvaranje, izvori i samoobnavljanje organizacione kulture, Proces promjena organizacione kulture, Upravljanje promjenama organizacione kulture) • Nacionalna kultura i organizaciona kultura 					
Izvođenje nastave:					
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja:					
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	1. Jančićević N. "Organizaciona kultura", CID Ekonomski fakultet, Beograd, 2013 2. Brown A. "Organizational Culture", Pitman, London, 1995.			
Dodatna	– Cameron, K. and R.Quinn, (2006), Diagnosing and Changing Organizational Culture; Based on the Competing Values Framework, John Wiley, San Francisco. – Handy C. "Bogovi Menadžmenta", Želnid, Beograd, 1996 – Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences, Thousand Ouks, CA: Sage Publications. – Martin, J. (2002), Organizational Culture: Mapping the Terrain, Sage, London. – Schein E. "Organizational Culture and Leadership", Jossey Baas, san Fracisco, 2004			



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: MANAGING ORGANIZATIONAL CULTURE

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Adisa Delić, E-mail: adisa.delic@untz.ba Lecturer: Prof. Dr. Gordana Ilić E-mail: gordana.ilic@ef.unibl.org Lecturer: Prof. Dr. Nebojša Janićijević E-mail: nebojsaj@ekof.bg.ac.rs			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	Make students aware of the importance of organizational culture, its role in the functioning of organizations and its impact on organizational performance. To enable students to understand the content, structure, functions, dynamics of organizational culture as well as its impact on the successful management of enterprises. Allow students to master skills related to research, planning and changes in organizational culture.				
Learning outcomes	Understand the elements of organizational culture. Identify subculture in organizational culture. Recognize the types of organizational cultures in practice. Being able to plan and implement a change in organizational culture. Being able to adapt management practice to the characteristics of national culture. Being able to research and measure organizational culture.				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Concept and Content of the Organizational Culture (The concept of organizational culture development, The concept of organizational culture in management, The perspectives of organizational culture, The cognitive content of organizational culture: assumptions, The cognitive content of organizational culture: values); • Classification, Strength, Organizational Culture Structure, Organizational Climate • Organizational Culture and Management (Organizational culture and strategy, Organizational culture and control, Organizational culture and performance, Organizational culture and change management, Organizational culture and leadership, Organization culture and knowledge management, Organizational culture, motivation, impact assessment and rewarding) • Organizational Culture Dynamics (Creation, sources and self-regeneration of organizational culture, change of organizational culture process, Change management in organizational culture) • National Culture and Organizational Culture 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.				
Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Janićijević N. "Organizaciona kultura", CID Ekonomski fakultet, Beograd, 2013 2. Brown A. "Organizational Culture", Pitman, London, 1995. 			
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> - Cameron, K. and R.Quinn, (2006), Diagnosing and Changing Organizational Culture; Based on the Competing Values Framework, John Wiley, San Francisco. - Handy C. "Bogovi Menadžmenta", Želnid, Beograd, 1996 - Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences, Thousand Ouks, CA: Sage Publications. - Martin, J. (2002), Organizational Culture: Mapping the Terrain, Sage, London. - Schein E. "Organizational Culture and Leadership", Jossey Baas, san Fracisco, 2004. 			



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: STRATEGIJSKA MENADŽERSKA ANALIZA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Rifet Đogić E-mail: rifetd@yahoo.com Nastavnik: Prof. dr. sc. Vinko Belak E-mail: ybelak@efzg.hr Nastavnik: Prof. dr. sc. Vlade Milićević E-mail: vlade@ekof.bg.ac.rs Nastavnik: Prof. dr. sc. Blagoje Novićević, E-mail: blagoje.novicevic@eknfak.ni.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Obezbijediti studentima znanja da mogu studioznije prilaziti promjenama u poslovnom okruženju preduzeća i osposobiti ih da kao budući menadžeri mogu se uspješnije prilagoditi tim promjenama. Osnovni zadatak kolegija strategijska menadžerska analiza je osposobiti studente za pribavljanje (ne)finansijskih informacija koje su povezane sa eksternim faktorima u odnosu na preduzeće i (ne)finansijskih informacija koje su generirane u samom preduzeću. Naglasak je na konkurenciji, kupcima i, u vezi sa njima, naglasak je na proizvodima i uslugama preduzeća.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za strategijsko analiziranje pozicije preduzeća i preduzimanje mjera radi repozicioniranja na tržištu a sve u cilju dugoročnog održivog rasta i razvoja.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Strategijska paradigma upravljanja preduzećem • Informacioni zahtjevi strategijskog menadžmenta (Koncept strategije preduzeća, Uticaj stejkholdera na strategiju preduzeća, Oblikovanje strategija u preduzećima, Stvaranje vrijednosti: ključ pobjedničkih strategija, Konkurentska prednost kao izvor stvaranja vrijednosti), • Konvencionalna menadžerska analiza (Propuštanje da se odgovori na promjene u proizvodnom i konkurentskom okruženju preduzeća, Informaciona ograničenja tradicionalnih sistema obračuna troškova i tradicionalnih menadžerskih analiza, Zapostavljanje eksternog okruženja preduzeća), • Strategijska menadžerska analiza kao odgovor izazovima modernog vremena (Neophodnost promjene fokusa menadžerske analize, Razvoj koncepta strategijskog upravljačkog računovodstva i strategijske menadžerske analize, Strategijska analiza troškova i njihova uloga u stvaranju konkurentске prednosti, Upotreba lanca vrijednosti u strategijskoj analizi troškova, Obračun troškova atributa proizvoda, Strategijska procjena investicija, tehničko-tehnološka i poslovno-organizaciona osnova stvaranja konkurentskih prednosti), • Uloga strategijske menadžerske analize u kreiranju konkurentskih strategija (Analiza profitabilnosti poslovnih segmenata, Analiza profitabilnosti proizvoda, Analiza profitabilnosti kupaca, Procjena visine i strukture troškova konkurencije, Nadgledanje konkurentске pozicije, • Uloga strategijske menadžerske analize u kreiranju korporativne strategije (Uticaj organizacione strukture preduzeća, Razvoj i usavršavanje postojećih proizvoda, Prelazak na nove proizvode i nova tržišta, Razvoj vertikalno integrisanih preduzeća, Upravljanje balansiranim poslovnim portfoliom, 					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Postizanje ekonomije obima, Strategijska menadžerska analiza: konglomerati vs. multinacionalne kompanije, Dimenzije multinacionalnog mjerenja performansi, Povezanost politika multinacionalnih kompanija i strategijske menadžerske analize)				
<ul style="list-style-type: none">• Strategijski menadžerski alati u funkciji strategijske menadžerske analize• Kritični faktori uspjeha strategijski orijentisane menadžerske analize (Pružanje podrške strategijskom odlučivanju, Obezbeđivanje zaokruženog sistema za mjerenje performansi, Razdvajanje diskrecionih troškova od troškova koji se ne mogu izbjeći, Razlikovanje diskrecionih od inženjerski određenih troškova, Naglasak na upotrebi napredne informacione tehnologije).				
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.				
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.				
Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none">1. Vlade Milićević, Strategijsko upravljačko računovodstvo, Ekonomski fakultet Beograd, 20032. Blagoje Novicevic, Troškovi kao faktor sticanja i održanja konkurentskih prednosti, Ekonomski fakultet Niš,3. Bourgeois, L., Strategic Management from Concept to Implementation, The Dryden press, Forth Worth, 1996			
Dodatna	<ul style="list-style-type: none">– Žarko Popović, Neda Vitezić, Revizija i analiza – Instrumenti uspješnog donošenja poslovnih odluka, Udžbenici Sveučilišta u Rijeci, 2000.– Maja Darabos, Evolucija konkurentске prednosti, Zagreb, 2005.– Zijada Rahimic, Izgradnja konkurentskih prednosti preduzeca kroz njegova strateska opredjeljenja, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2006.			



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: STRATEGIC MANAGEMENT ANALYSIS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Rifet Đogić E-mail: rifetd@yahoo.com Lecturer: Prof. Dr. Vinko Belak E-mail: ybelak@efzg.hr Lecturer: Prof. Dr. Vlade Milićević E-mail: vlade@ekof.bg.ac.rs Lecturer: Prof. Dr. Blagoje Novičević E-mail: blagoje.novicevic@eknfak.ni.ac.rs			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	To provide students with the knowledge that they can more closely adapt to changes in the business environment of the company and enable them to adapt to these changes more successfully as future managers. The main task of the course is the strategic managerial analysis to enable students to obtain (non) financial information related to firms' external factors and (non) financial information internally generated. The emphasis is on the competitiveness, the customers and, in relation to them; the emphasis is on the products and services of the company.				
Learning outcomes	To be able to strategically analyze the company's position and to take measures for repositioning at the market in order to achieve the long-term sustainable growth and development.				

Indicative syllabus content:

- Strategic Management Paradigm
- Strategic Management Information Requirements (Corporate Strategy Concept, Stakeholder Impact on Company Strategy, Strategy Formulation in Enterprises, Value Creation: Key to Winning Strategies, Competitive Advantage as a Source of Value Creation),
- Conventional Managerial Analysis (Failing to Respond to Changes in the Production and Competitive Environment of the Company, Information Limitations of the
- Traditional Cost Accounting Systems and Traditional Managerial Analyzes, Neglecting the External Environment),
- Strategic Managerial Analysis as a Response to the Modern Challenges (Changing the Focus of Managerial Analysis, Developing the Concept of Strategic Management Accounting and Strategic Management Analysis, Strategic Analysis of Costs and Their Role in Competitive Advantage Creation, Value Chain Use in Strategic Analysis of Costs, Calculating Costs of Product Attributes, Strategic Investments Evaluation, Technological and Organizational Basis for Competitive Advantages Creation),
- The Role of Strategic Management Analysis in Competitive Strategies Creation (Business Segment Profitability Analysis, Product Profitability Analysis, Customer Profitability Analysis, Estimation of the Amount and Structure of the Cost of Competition, Competition Position Monitoring)
- The Role of Strategic Management Analysis in Creating a Corporate Strategy (Influence of the Organizational Structure of the Company, Development and Improvement of Existing Products,

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

<p>Entering New Markets With New Products, Vertically Integrated Companies Development, Managing a Balanced Business Portfolio, Achieving Economies of Scale, Strategic management analysis: Conglomerates vs. Multinational Companies, Dimensions of Multinational Performance Measurement, Multinational Companies Multilateral Policy and Strategic Management Analysis)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategic Management Tools in the Function of Strategic Management Analysis • Critical Success Factors for Strategic-oriented Management Analysis (Providing Strategic Decision Support, Ensuring a Robust Performance Measurement System, Separating Discretionary Costs from Non-Avoidable Costs, Distinguishing Discretionary from Engineering-Specific Costs, Emphasizing the Use of Advanced Information Technology). 				
<p>Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.</p>				
<p>Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.</p>				
Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vlade Milićević, Strategijsko upravljačko računovodstvo, Ekonomski fakultet Beograd, 2003 2. Blagoje Novicevic, Troškovi kao faktor sticanja i održanja konkurentskih prednosti, Ekonomski fakultet Niš, 3. Bourgeois, L., Strategic Management from Concept to Implementation, The Dryden press, Forth Worth, 1996 			
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> – Žarko Popović, Neda Vitezić, Revizija i analiza – Instrumenti uspješnog donošenja poslovnih odluka, Udžbenici Sveučilišta u Rijeci, 2000. – Maja Darabos, Evolucija konkurentske prednosti, Zagreb, 2005. – Zijada Rahimic, Izgradnja konkurentskih prednosti preduzeca kroz njegova strateska opredjeljenja, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2006. 			



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: DIGITALNI MARKETING I MARKETING DRUŠTVENIH MEDIJA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Almir Peštek E-mail: almir.pestek@efsa.unsa.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Nenad Brkić nenad.brkic@efsa.unsa.ba Nastavnik: Milan Kocić E-mail: mkocic@kg.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Predmet se bavi kritičkim sagledavanjem i istraživanjem prakse savremenog digitalnog marketinga i marketinga društvenih medija. Cilj predmeta je upoznavanje sa inovativnim digitalnim strategijama i taktikama koje organizacijama pomažu u kreiranju održivog rasta kroz digitalnu integraciju i analiza njihove primjene u praksi. Predmet je usmjeren ka praksi, te se očekuje aktivno učešće studenata u izvođenju nastave. Za predmet nije potrebno predznanje o informacionim tehnologijama.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	<i>Znanje:</i> Strategije i alati digitalnog marketinga. <i>Vještine:</i> Razvoj strategija digitalnog marketinga. Ocjena efekata primjene digitalnog marketinga u praksi. <i>Kompetencije:</i> Provođenje istraživanja iz oblasti digitalnog marketinga.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Trendovi u digitalnom marketingu i njihove praktične implikacije na marketing strategije (big data, mobile, artificial intelligence, augmented reality, virtual reality, itd) • Integrisani digitalni marketing i strategije digitalnog marketinga • Web 2.0 – društveni mediji i marketing društvenih medija • Display advertising i search engine marketing • Sadržaji i upravljanje sadržajima • Metrike i Key Performance Indicators (KPI) u digitalnom marketingu • Sigurnost, pravna i etička pitanja 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Čefi, D. (2018): Digitalni marketing: planiranje i optimizacija, (prevod), Beograd: Viva Trade MB 2. Peštek, A. (2011): E-marketing u turizmu, Sarajevo: Ekonomski fakultet 3. Dodson, I. (2018): The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns, New York: Wiley 4. Crnobrnja, S. (2014): Noviji mediji i društvene mreže: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 5. Krstić, N. (2015): Digitalni marketing: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 6. Rakić, B., Rakić, M. (2015): Digitalni marketing: integrisani pristup digitalnim marketinškim aktivnostima, Beograd: Zavod za udžbenike 7. Bauer, I. (2013): Digitalni marketing, Beograd: Zavod 8. Garner, R. (2012): Search and Social: The Definitive Guide to Real-Time Content Marketing, Boston: Wiley 9. Cox, B., Koelzer, W. (2005): Internet marketing, Zagreb: M plus 10. Filipović, J. (2017): Internet marketing, Beograd: Ekonomski fakultet 11. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, Osijek: Ekonomski fakultet, 12. Šarac, M., Jevremović, A., Radovanović, D. (2015): Internet marketing, Beograd: Univerzitet Singidunum 13. Tracy, L. T., Solomon, M. R. (2012): Social Media Marketing, Los Angeles: Sage 14. DeMers, J. (2016): The Definitve Guide to Social Media Marketing, Boston: Audience Bloom 			
Dodatna	– Zarella, D. (2009): The Social Media Marketing Book, Ontaio: O'Reilly Media			

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code
				Lectures	Exercises		
II		Elective		2		8	
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Almir Peštek E-mail: almir.pestek@efsa.unsa.ba Lecturer: Prof. Dr. Nenad Brkić E-mail: nenad.brkic@efsa.unsa.ba Lecturer: Milan Kocić E-mail: mkocic@kg.ac.rs				Subject assistant: E-mail:			
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		<p>The course deals with critical review and research of the practice of contemporary digital marketing and marketing of social media. The objective of the course is to familiarize with innovative digital strategies and tactics that help organizations to create sustainable growth through digital integration and analysis of their application in practice.</p> <p>The subject is oriented towards practice, and active participation of students in teaching is expected. The subject does not need knowledge of information technology.</p>					
Learning outcomes		<p><i>Knowledge:</i> Digital marketing strategies and tools.</p> <p><i>Skills:</i> Development of digital marketing strategies. Evaluation of the effects of digital marketing in practice.</p> <p><i>Competencies:</i> Conducting research in the field of digital marketing.</p>					
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Trends in digital marketing and their practical implications on marketing strategies (big data, mobile, artificial intelligence, augmented reality, virtual reality, etc.) • Integrated digital marketing and digital marketing strategies • Web 2.0 - social media and marketing of social media • Display advertising and search engine marketing • Content and content management • Metrics and Key Performance Indicators (KPI) in digital marketing • Security, legal and ethical issues 							
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.							
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.							

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Čefi, D. (2018): Digitalni marketing: planiranje i optimizacija, (prevod), Beograd: Viva Trade MB 2. Peštek, A. (2011): E-marketing u turizmu, Sarajevo: Ekonomski fakultet 3. Dodson, I. (2018): The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns, New York: Wiley 4. Crnobrnja, S. (2014): Noviji mediji i društvene mreže: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 5. Krstić, N. (2015): Digitalni marketing: Pojmovnik, Beograd: Univerzitet Singidunum 6. Rakić, B., Rakić, M. (2015): Digitalni marketing: integrisani pristup digitalnim marketinškim aktivnostima, Beograd: Zavod za udžbenike 7. Bauer, I. (2013): Digitalni marketing, Beograd: Zavod 8. Garner, R. (2012): Search and Social: The Definitive Guide to Real-Time Content Marketing, Boston: Wiley 9. Cox, B., Koelzer, W. (2005): Internet marketing, Zagreb: M plus 10. Filipović, J. (2017): Internet marketing, Beograd: Ekonomski fakultet 11. Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D. (2014): E-marketing, Osijek: Ekonomski fakultet, 12. Šarac, M., Jevremović, A., Radovanović, D. (2015): Internet marketing, Beograd: Univerzitet Singidunum 13. Tracy, L. T., Solomon, M. R. (2012): Social Media Marketing, Los Angeles: Sage 14. DeMers, J. (2016): The Definitve Guide to Social Media Marketing, Boston: Audience Bloom 			
Supplementary	– Zarella, D. (2009): The Social Media Marketing Book, Ontaio: O'Reilly Media			

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra		
				Predavanja	Vježbe				
II		Izborni				8			
Nastavnik: Akademik prof. dr. sc. Muris Čičić E-mail: muris.cicic@efsa.unsa.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Mario Spremić E-mail: mario.spremic@efzg.hr				Saradnik: E-mail:					
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji					
Cilj predmeta		Predmet se bavi izazovima koji se postavljaju pred savremene kompanije - inovativnost i digitalnu transformaciju poslovanja. Cilj predmeta je upoznavanje sa konceptom i modalitetima digitalne transformacije poslovanja. Ključna pitanja na koje predmet daje odgovor su – zašto digitalna transformacija i kako pristupiti procesu i voditi proces transformacije? Od studenata se očekuje intenzivno istraživanje objavljenih radova iz ove oblasti i analizi slučajeva iz prakse.							
Kompetencije (Ishodi učenja)		<i>Znanje:</i> Koncepti i izazovi digitalne transformacije poslovanja. <i>Vještine:</i> Ocjena efekata digitalne transformacije poslovanja. <i>Kompetencije:</i> Kritičko promišljanje o potrebi i modalitetima digitalne transformacije.							
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> Savremeno poslovno okruženje i uloga digitalnih tehnologija Digitalna revolucija – digitalizacija i digitalna transformacija Digitalna zrelost (digital maturity) Uloga strategije u transformaciji poslovanja Transformacija korisničkog iskustva (customer experience) Transformacija operacionih procesa Transformacija poslovnih modela Upravljanje izazovima digitalne inovacije 									
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.									
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.									
Težinski kriteriji za provjeru znanja									
Predavanja		Vježbe		Studijsko istraživački pristupni rad		Usmeni ispit		Ostalo	
10%		-		45%		45%		-	

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Literatura	
Obavezna	<ol style="list-style-type: none">1. Spremić, M. (2017): Digitalna transformacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet2. Caurdon, J., Van Petegrem, D. (2018): Digital Transformation: A model to master digital disruption,3. Herbert, L. (2017): Digital Transformation: Build your Organizations Future for the Innovation Age, Bloomsbury4. Rogers, D. L. (20): Digital Transformation Playbook: Rethink you business for the digital age, New York: Columbia Business School5. Martin, C. (2018): Digital Transformation 3.0: The New Business-to-Consumer Connections of The Internet od Things, Boston: NFI Research6. Schmidt, E., Cohen, J. (2014): Novo digitalno doba: Nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati, Zagreb: Profil7. Panian, Ž., Strugar, I. (2013): Informatizacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet
Dodatna	– Zgrabljic Rotar, N. (2011): Digitalno doba, Zadar: Sveučilište u Zadru



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. dr. sc. Muris Čičić E-mail: muris.cicic@efsa.unsa.ba Lecturer: Prof. dr. Mario Spremić E-mail: mario.spremic@efzg.hr			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	<p>The subject deals with the challenges posed by modern companies - innovation and digital transformation of business. The objective of the course is to familiarize with the concept and modalities of digital transformation of business. The key questions to which an object answers are - why digital transformation and how to approach the process and lead the transformation process?</p> <p>Students are expected to intensively study published works in this field and analyze cases from practice.</p>				
Learning outcomes	<p><i>Knowledge:</i> Concepts and Challenges of Digital Business Transformation.</p> <p><i>Skills:</i> Evaluation of the effects of digital business transformation.</p> <p><i>Competencies:</i> Critical reflection of digital transformation.</p>				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • A modern business environment and the role of digital technologies • Digital revolution - digitalization and digital transformation • Digital maturity (digital maturity) • The role of the strategy in business transformation • Customer Experience Transformation • Transformation of operational processes • Transformation of business models and Managing the challenges of digital innovation 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.					
Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other	
10%	-	45%	45%	-	

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Reading	
Essential	<ol style="list-style-type: none">1. Spremić, M. (2017): Digitalna transformacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet2. Caurdon, J., Van Petegrem, D. (2018): Digital Transformation: A model to master digital disruption,3. Herbert, L. (2017): Digital Transformation: Build your Organizations Future for the Innovation Age, Bloomsbury4. Rogers, D. L. (20): Digital Transformation Playbook: Rethink you business for the digital age, New York: Columbia Business School5. Martin, C. (2018): Digital Transformation 3.0: The New Business-to-Consumer Connections of The Internet od Things, Boston: NFI Research6. Schmidt, E., Cohen, J. (2014): Novo digitalno doba: Nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati, Zagreb: Profil7. Panian, Ž., Strugar, I. (2013): Informatizacija poslovanja, Zagreb: Ekonomski fakultet
Supplementary	– Zgrabljić Rotar, N. (2011): Digitalno doba, Zadar: Sveučilište u Zadru.



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Goran Petković E-mail: goranp@ekof.bg.ac.rs Nastavnik: Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević E-mail: tvranes@efzg.hr Nastavnik: Veljko Marinković E-mail: ymarinkovic@kg.ac.rs			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Cilj predmeta je studentima pružiti znanje kako oblikovati strategije potpuno orijentirane klijentima. Ovladavanjem razvijenim alatima i tehnikama moguće je stvarati i održavati dugotrajne odnosima sa klijentima. Izučavanje ovog predmeta omogućava studentima sticanje potrebnih znanja za rad na poslovima koji su u direktnoj vezi sa upravljanjem odnosima s klijentima.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	<i>Znanje:</i> Upravljanje odnosima sa kupcima. <i>Vještine:</i> Razumijevanje važnosti izgradnje trajnih odnosa sa klijentima. <i>Kompetencije:</i> Praktična izrada strategija okrenutih prema klijentima.				
Program predmeta:					
<ul style="list-style-type: none"> • Poslovanje preduzeća u promjenjivom okruženju • Usvajanje koncepta zasnovanog na vrijednosti • Implementacija koncepta zasnovanog na vrijednosti • Vrijednost klijenta kao najvažniji dio koncepta zasnovanog na vrijednosti • CRM kao strateški proces • CRM kao integrisani sistem • Upravljanje odnosima u kanalima marketinga 					
Izvođenje nastave:					
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja:					
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Literatura	
Obavezna	<ol style="list-style-type: none">1. Grupa autora (2011): Menadžment odnosa sa kupcima, Beograd: Data Status i Ekonomski fakultet2. Meler, M., Dukić, B. (2007): Upravljanje odnosima-od potrošača do klijenta, Osijek: Ekonomski fakultet3. Muller, J., Srića, V. (2005): Upravljanje odnosima s klijentima: Primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti, Zagreb: Delifin4. Vranešević, T. (2000): Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Zagreb: Golden marketing5. Vranešević, T., Vignali, C. (2003): Customer Satisfaction – Research and Management, London: Foxwell & Davies6. Dyche, J. (2004): The CRM Handbook; A Business Guide to Customer Relationship Management, Boston: Addison-Wesley
Dodatna	<ul style="list-style-type: none">– Peelen, E. (2005): Customer Relationship Management, Essex: Pearson Education Limited– Peppers, D., Rogers, M. (2004): Managing Customer Relationships, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. dr. sc. Goran Petković E-mail: goranp@ekof.bg.ac.rs Lecturer: Prof. dr. sc. Tihomir Vranešević E-mail: tvranes@efzg.hr Lecturer: Veljko Marinković E-mail: vmarinkovic@kg.ac.rs			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	The objective of the course is to provide students with the knowledge how to develop strategies completely oriented to customer. By mastering the developed tools and techniques it is possible to create and maintain long-term relationships with clients. Studying this course enables students to acquire the necessary knowledge to work on jobs that are directly related to customer relationship management.				
Learning outcomes	<i>Knowledge:</i> Managing customer relationships. <i>Skills:</i> Understanding the importance of building lasting relationships with clients. <i>Competencies:</i> Practical elaboration of strategies directed towards clients.				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Business in a changing environment • Formulation of Value-Based business Concept • Implementation of value-based business concept • Customer value as the most important part of the value-based business concept • CRM as a strategic process • CRM as an integrated system • Managing relationships in marketing channels 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.					
Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other	
10%	-	45%	45%	-	

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Reading	
Essential	<ol style="list-style-type: none">8. Grupa autora (2011): Menadžment odnosa sa kupcima, Beograd: Data Status i Ekonomski fakultet9. Meler, M., Dukić, B. (2007): Upravljanje odnosima-od potrošača do klijenta, Osijek: Ekonomski fakultet10. Muller, J., Srića, V. (2005): Upravljanje odnosima s klijentima: Primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti, Zagreb: Delifin11. Vranešević, T. (2000): Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Zagreb: Golden marketing12. Vranešević, T., Vignali, C. (2003): Customer Satisfaction – Research and Management, London: Foxwell & Davies13. Dyche, J. (2004): The CRM Handbook; A Business Guide to Customer Relationship Management, Boston: Addison-Wesley
Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Peelen, E. (2005): Customer Relationship Management, Essex: Pearson Education Limited– Peppers, D., Rogers, M. (2004): Managing Customer Relationships, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: BIG DATA ANALYTICS

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Velimir Srića E-mail: velimir.srica@efzg.hr Nastavnik: Prof. dr. sc. Drago Ružić E-mail: ruzicd@gmail.com			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	<p>„Big data“ je termin koji se odnosi na izučavanje i primjenu skupova podataka koji su izuzetno veliki i kompleksni i stoga tradicionalni alati za obradu podataka nisu niti adekvatni niti dovoljni. S obzirom na količinu podataka koje generišu savremeni biznisi i vremenski pritisak za donošenje odluka, neophodno je upoznati se sa konceptom „Big data“ i identifikovati načine za efikasno upravljanje podacima i donošenje adekvatnih poslovnih odluka. Predmet daje praktičan uvid u „Big data“ analitiku, savremene alate za prikupljanje podataka, njihovo pohranjivanje i upravljanje. Cilj predmeta je dakle upoznavanje sa važnošću „Big data“ u savremenom poslovanju i procesom donošenja odluka na bazi prikupljenih i obrađenih podataka.</p> <p>Od studenata se očekuje intenzivno istraživanje objavljenih radova iz ove oblasti i analiza slučajeva iz prakse.</p>				
Kompetencije (Ishodi učenja)	<p><i>Znanje:</i> Big data koncepti.</p> <p><i>Vještine:</i> Razumijevanje uloge i primjene Big data u savremenom poslovanju.</p> <p><i>Kompetencije:</i> Primjena Big data u praksi.</p>				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Big data i primjena Big data • Vrste podataka i izvori • Big data lifecycle • Primjena Big data u donošenju odluka • Prediktivna analitika i analiza ponašanja korisnika • Metode za prikupljanje, pohranjivanje, upravljanje i obradu Big data • Big data ekosistem - alati i platforme 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Težinski kriteriji za provjeru znanja				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
Literatura				
Obavezna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marr, B. (2015): Big Data: Using Smart Big Data Analytics And Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance, New York: Wiley 2. Marr, B. (2016): Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results, New York: Wiley 3. Akter, S., Wamba, S. F. (2106): Big data analytics in E-commerce: a systematic review and agenda for future research (position paper), Electron, Markets, 26, 173-194. 4. Rodriguez-Mazahua, L. et al. (2016): A general perspective of Big Data: applications, tools, challenges and trends, J. Supercomput, 72, 3073-3113. 5. Somani, K. A., Deka, G. C. (2017): Big Data Analtics: Tools and Technology for Effective Planning, New York: Chapman and Hall 6. Ohlhorst, F. J. (2012): Big Data Analytics, Boston: Wiley 7. Moreira, J., Carvalho, A., Horvath, T. (2018): A General Introduction to Data Analytics, New York: Wile 			
Dodatna	<ul style="list-style-type: none"> - Berthold, M. R., Borgelt, C., Höppner, F., Klawonn, F. (2010): Guide to intelligent data analysis - How to intelligently make sense of real data, London: Springer-Verlag 			



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: BIG DATA ANALYTICS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Velimir Srića E-mail: velimir.srica@efzg.hr Lecturer: Prof. Dr. Drago Ružić E-mail: ruzicd@gmail.com			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	<p>"Big Data" is a term that refers to the study and application of data base that are extremely large and complex, and therefore traditional data processing tools are neither adequate nor sufficient. Considering the amount of data generated by modern business and the time pressure for decision making, it is necessary to get acquainted with the Big Data concept and to identify ways to efficiently manage data and make appropriate business decisions. The subject provides a practical insight into "Big data" analysis, modern tools for data collection, storage and managing. The objective of the course is to become familiar with the importance of "Big Data" in the modern business and decision-making process based on collected and processed data.</p> <p>Students are expected to intensively study published works in this field and analyze cases study from practice.</p>				
Learning outcomes	<p><i>Knowledge:</i> Big data concepts.</p> <p><i>Skills:</i> Understanding the role and application of Big Data in modern business.</p> <p><i>Competencies:</i> Application of Big Data in practice.</p>				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Big data and application of big data • Types of data and sources • Big data lifecycle • Application of Big Data in decision making process • Predictive analysis and behavioral analysis • Methods for collecting, storing, managing and processing Big data • Big data ecosystem - tools and platforms 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marr, B. (2015): <i>Big Data: Using Smart Big Data Analytics And Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance</i>, New York: Wiley 2. Marr, B. (2016): <i>Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results</i>, New York: Wiley 3. Akter, S., Wamba, S. F. (2106): <i>Big data analytics in E-commerce: a systematic review and agenda for future research (position paper)</i>, <i>Electron, Markets</i>, 26, 173-194. 4. Rodriguez-Mazahua, L. et al. (2016): <i>A general perspective of Big Data: applications, tools, challenges and trends</i>, <i>J. Supercomput</i>, 72, 3073-3113. 5. Somani, K. A., Deka, G. C. (2017): <i>Big Data Analytics: Tools and Technology for Effective Planning</i>, New York: Chapman and Hall 6. Ohlhorst, F. J. (2012): <i>Big Data Analytics</i>, Boston: Wiley 7. Moreira, J., Carvalho, A., Horvath, T. (2018): <i>A General Introduction to Data Analytics</i>, New York: Wile 			
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> - Berthold, M. R., Borgelt, C., Höppner, F., Klawonn, F. (2010): <i>Guide to intelligent data analysis - How to intelligently make sense of real data</i>, London: Springer-Verlag 			

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
				Predavanja	Vježbe		
II		Izborni				8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Damir Kukić, E-mail: damirkukic@yahoo.com Nastavnik: Prof. dr. sc. Nenad Prelog E-mail: studiavita@studiavita.hr					Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta		Predmet se bavi savremenim društvenim i poslovnim kontekstom i pojavom novih vrsta medija koji su rezultat razvoja digitalnih, multimedijalnih i mrežnih tehnologija. Cilj predmeta je sagledavanje uloge i važnosti novih medija u komunikacijskom miksu. Predmet se ne bavi samo novim tehnologijama, nego uticajem novih medija na društvo, politiku, ekonomiju, kulturu i umjetnost. Predmet je usmjeren ka praksi, te se očekuje aktivno učešće studenata u izvođenju nastave. Za predmet nije potrebno predznanje o informacionim tehnologijama.					
Kompetencije (Ishodi učenja)		<i>Znanje:</i> Razumijevanje novih medija. <i>Vještine:</i> Kreativno promišljanje i inovativnost. <i>Kompetencije:</i> Analitičko i kritičko sagledavanje važnosti i uticaja novih medija.					
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Konvergencija tradicionalnih medija • Novi mediji i nove tehnologije • Vrste novih medija • Komunikacija i komunikacijski miksi • Online i digitalni mediji • Mreže i zajednice • Cyber-prostor i cyber-kultura • Novi mediji i društvo 							
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.							
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.							
Težinski kriteriji za provjeru znanja							
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo			
10%	-	45%	45%	-			

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Literatura	
Obavezna	<ol style="list-style-type: none">1. Pavlik, J. V. (2008): Media in the Digital Age, New York: Columbia University Press2. Mattelart A. M. (1995): Theories of Communication A Short Introduction, London: SAGE3. McChesney, R. (2008): Bogati mediji siromašna demokracija, Sarajevo4. Vočkić-Avdagić, J. (2002): Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta, Sarajevo: FPN5. Chomsky, N. (2002): Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš?, Zagreb.6. Castells, M. (2003): Internet galaksija: razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu, Zagreb: Jesenski i Turk7. Castells, M. (2000): Uspon umreženog društva, Informacijsko doba: ekonomija, društvo, kultura, Zagreb: Golden marketing8. Deuze, M. (2008): Media work, Cambridge: Malden Polity
Dodatna	<p>– Fidler, R (2004): Mediamorphosis: razumevanje novih medija, Clio: Beograd</p>

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code
				Lectures	Exercises		
II		Elective		2		8	
Subject leader: Prof. Dr. Damir Kukić E-mail: damirkukic@yahoo.com Lecturer: Prof. Dr. Nenad Prelog E-mail: studiavita@studiavita.hr				Subject assistant: E-mail:			
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		<p>The subject deals with the contemporary social and business context and the emergence of new types of media resulting from the development of digital, multimedia and network technologies. The objective of the course is to examine the role and importance of new media in the communication mix. The subject deals not only with new technologies, but also with the impact of new media on society, politics, economics, culture and art.</p> <p>The subject is oriented towards practice, and active participation of students in teaching is expected. The subject does not need knowledge of information technology.</p>					
Learning outcomes		<p><i>Knowledge:</i> Understanding new media.</p> <p><i>Skills:</i> Creative thinking and innovation.</p> <p><i>Competencies:</i> Analytical and critical consideration of the importance and impact of new media.</p>					
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Convergence of traditional media • New media and new technologies • Types of new media • Communication and communication mix • Online and digital media • Networks and communities • Cyber space and cyber culture • New media and society 							
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.							
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.							

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-
Reading				
Essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pavlik, J. V. (2008): Media in the Digital Age, New York: Columbia University Press 2. Mattelart A. M. (1995): Theories of Communication A Short Introduction, London: SAGE 3. McChesney, R. (2008): Bogati mediji siromašna demokracija, Sarajevo 4. Voćkić-Avdagić, J. (2002): Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta, Sarajevo: FPN 5. Chomsky, N. (2002): Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš?, Zagreb. 6. Castells, M. (2003): Internet galaksija: razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu, Zagreb: Jesenski i Turk 7. Castells, M. (2000): Uspon umreženog društva, Informacijsko doba: ekonomija, društvo, kultura, Zagreb: Golden marketing 8. Deuze, M. (2008): Media work, Cambridge: Malden Polity 			
Supplementary	– Fidler, R (2004): Mediamorphosis: razumevanje novih medija, Clio: Beograd			



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: SAVREMENI IZAZOVI U FINANSIJAMA I RAČUNOVODSTVU

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
I	Obavezni	2		10	
Nastavnik: Tema 1. Prof. dr. sc. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Tema 2. Prof. dr. sc. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Tema 3. Prof. dr. sc. Almir Alihodžić Prof. dr. sc. Dejan Šoškić Prof. dr. sc. Boguslav Poltorak E-mail: almir.dr2@gmail.com soskic@ekof.bg.ac.rs boguslaw.poltorak@ue.wroc.pl Tema 4. Prof. dr. sc. Željko Rička Prof. dr. sc. Boris Tušek Prof. dr. sc. Željko Šain E-mail: zeljko.ricka@ef.unze.ba btusek@efzg.hr zeljko.sain@efsa.unsa.ba Tema 5. Prof. dr. sc. Nedžad Polić Prof. dr. sc. Emira Kozarević E-mail: nedzad.polic@ef.unze.ba emira.kozarevic@untz.ba			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje					
Cilj predmeta	<p><i>Tema 1.</i> Cilj teme jeste u predavljanju postojećih modela evaluiranja i upravljanja informacijama u finansijskom izvještavanju.</p> <p><i>Tema 2.</i> Cilj teme jeste u predavljanju dizajniranja istraživanja u domenu računovodstva.</p> <p><i>Tema 3.</i> Cilj teme je da se studentima objasni i ilustruje kako samo restrukturiranje preduzeća u zavisnosti od faze životnog ciklusa utiče na finansijske i nefinansijske performanse preduzeća.</p> <p><i>Tema 4.</i> Cilj predmeta je upoznavanje studenata sa novim modelom budžetiranja u javnom sektoru.</p> <p><i>Tema 5.</i> Razumijevanje značaja i potencijala specijalnih finansijskih transakcija u kreiranju i realizaciji korporativnih ciljeva.</p>				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Kompetencije (Ishodi učenja)	<p><i>Tema 1.</i> Sposobnost evaluiranja i upravljanja informacijama u finansijskom izvještavanju.</p> <p><i>Tema 2.</i> Razumijevanje osnovnih karakteristika dizajniranja u domenu računovodstva.</p> <p><i>Tema 3.</i> Razumijevanje uticaja restrukturiranja preduzeća na finansijske i nefinansijske performanse u poslovanju preduzeća.</p> <p><i>Tema 4.</i> Razumijevanje prednosti programskog budžetiranja u odnosu na linijsko budžetiranje.</p> <p><i>Tema 5.</i> Upoznavanje sa tipovima specijalnih finansijskih transakcija, njihova primjena i uticaj na realizaciju poslovnih ciljeva.</p>			
<p>Program predmeta:</p> <p><i>Tema 1.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kvalitet finansijskog izvještavanja i upravljanje zaradama: <p><i>Tema 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dizajn istraživanja u računovodstvu <p><i>Tema 3.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluacija finansijskih i poslovnih performansi restrukturiranja preduzeća <p><i>Tema 4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mjerenje učinaka u javnom sektoru <p><i>Tema 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Specijalne finansijske transakcije u finansijskom menadžmentu 				
<p>Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.</p>				
<p>Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.</p>				
<p>Težinski kriteriji za provjeru znanja</p>				
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo
10%	-	45%	45%	-
<p>Literatura</p>				
<p>Obavezna</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brown, A. (2014). Financial Reporting Differences and Debt Contracting 2. Erić, D., Stošić, I. (2013). Korporativno restruktuiranje preduzeća, Institut ekonomskih nauka, Beograd. 3. Segal, S. (2011). Corporate value of enterprise risk management, John Wiley & Sons, Inc. 4. Stiglitz, J.; Ekonomija javnog sektora, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 5. Rosen, H.; Javne finansije, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 6. 3 D.Brummerhof: Javne financije (2000.g.), Zagreb, MATE, 7. Jelčić. B, Javne financije, RRIF Zagreb, 2001.g. 8. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2010): Corporate Finance, 9th Edition, McGraw-Hill, USA 			

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Dodatna	<ul style="list-style-type: none">– Donelson, d.c., jennings, r. And mcinnis, j., 2017. Financial statement quality and debt contracting: evidence from a survey of commercial lenders. Contemporary accounting research, 34(4), pp.2051-2093.– Shivakumar, L., 2013. The role of financial reporting in debt contracting and in stewardship. Accounting and Business Research, 43(4), pp.362-383.– Frederick, D.L. (2005). Valuing Your Business - Strategies to Maximize the Sale Price, JohnWiley & Sons, Inc.– Raičević B., Javne finansije, Centar za izdavačku djelatnost EF Beograd, 2005.g.– Ristić-Vukša, Budžetska politika i fiskalna revizija, EtnoStil Beograd, 2010.g.– R.Downes R., Moretti D. and Scherie Nicol S.: Public Governance Directorate Budgeting and Performance in the European Union, OECD Journal on Budgeting, 2017.– Government at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, (2017)– Ehrhardt, C.M., Brigham, F.E. (2011): Financial Management – Theory and Practise, 13th Edition, S-W Cengage Learning, USA
---------	--



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: CONTEMPORARY CHALLENGES IN FINANCE AND ACCOUNTING

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
I	Mandatory	2		10	

Subject leader:

Topic 1. Prof. dr. sc. Nino Serdarević

E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba

Topic 2. Prof. dr. sc. Nino Serdarević

E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba

Topic 3. Prof. dr. sc. Almir Alihodžić

Prof. dr. sc. Dejan Šoškić

Prof. dr. sc. Boguslav Poltorak

E-mail: almir.dr2@gmail.com

soskic@ekof.bg.ac.rs

boguslaw.poltorak@ue.wroc.pl

Topic 4. Prof. dr. sc. Željko Rička

Prof. dr. sc. Boris Tušek

Prof. dr. sc. Željko Šain

E-mail: zeljko.ricka@ef.unze.ba

btusek@efzg.hr

zeljko.sain@efsa.unsa.ba

Topic 5. Prof. dr. sc. Nedžad Polić

Prof. dr. sc. Emira Kozarević

E-mail: nedžad.polic@ef.unze.ba

emira.kozarevic@untz.ba

Subject assistant:

E-mail:

Pre-requisites

Subject aims

Topic 1.

The selected topic in accounting research aim to present current models for evaluation and managing financial reporting information.

Topic 2.

The objective of the topic is to present designing adequate accounting research.

Topic 3.

The objective of the topic is to explain to students and illustrate how only the restructuring of the company, depending on the life cycle phase, affects the financial and non-financial performance of the company.

Topic 4.

The aim of the topic is to introduce students to the new public sector budgeting model.

Topic 5.

Understanding of the importance and potentials of special financial transactions in corporate goals setting and achieving.

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

<p>Learning outcomes</p>	<p><i>Topic 1.</i> Ability to evaluate and manage financial reporting relevant information.</p> <p><i>Topic 2.</i> Understanding the basic features of the accounting research design.</p> <p><i>Topic 3.</i> Understanding the impact of enterprise restructuring of financial and non-financial performance in the company's acquisition.</p> <p><i>Topic 4.</i> Understanding the benefits of program budgeting in relation to line budgeting.</p> <p><i>Topic 5.</i> Types of the Special Financial Transactions, Application and Influence on Corporate Goals Achievement</p>				
<p>Indicative syllabus content:</p> <p><i>Topic 1.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Financial Reporting Quality and Earnings management <p><i>Topic 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Accounting Research Design <p><i>Topic 3.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation of the financial and business performance of enterprise restructuring <p><i>Topic 4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Performance measuring in the public sector <p><i>Topic 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Special financial transactions in financial management 					
<p>Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.</p>					
<p>Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.</p>					
<p>Assessment Criteria</p>					
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other	
10%	-	45%	45%	-	
<p>Reading</p>					
<p>Essential</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brown, A. (2014). Financial Reporting Differences and Debt Contracting 2. Erić, D., Stošić, I. (2013). Korporativno restruktuiranje preduzeća, Institut ekonomskih nauka, Beograd. 3. Segal, S. (2011). Corporate value of enterprise risk management, John Wiley & Sons, Inc. 4. Stiglitz, J.; Ekonomija javnog sektora, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 5. Rosen, H.; Javne finansije, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 6. 3 D.Brummerhof: Javne financije (2000.g.), Zagreb, MATE, 7. Jelčić. B, Javne financije, RRIF Zagreb, 2001.g. 8. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2010): Corporate Finance, 9th Edition, McGraw-Hill, USA 				



Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Donelson, d.c., jennings, r. And mcinnis, j., 2017. Financial statement quality and debt contracting: evidence from a survey of commercial lenders. Contemporary accounting research, 34(4), pp.2051-2093.– Shivakumar, L., 2013. The role of financial reporting in debt contracting and in stewardship. Accounting and Business Research, 43(4), pp.362-383.– Frederick, D.L. (2005). Valuing Your Business - Strategies to Maximize the Sale Price, JohnWiley & Sons, Inc.– Raičević B., Javne finansije, Centar za izdavačku djelatnost EF Beograd, 2005.g.– Ristić-Vukša, Budžetska politika i fiskalna revizija, EtnoStil Beograd, 2010.g.– R.Downes R., Moretti D. and Scherie Nicol S.: Public Governance Directorate Budgeting and Performance in the European Union, OECD Journal on Budgeting, 2017.– Government at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, (2017)– Ehrhardt, C.M., Brigham, F.E. (2011): Financial Management – Theory and Practise, 13th Edition, S-W Cengage Learning, USA
---------------	--

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra		
				Predavanja	Vježbe				
II		Izborni				8			
Nastavnik: Prof. dr. sc. Almir Alihodžić E-mail: almir.dr2@gmail.com Nastavnik: Prof.dr. sc. Dejan Šoškić E-mail: soskic@ekof.ba.ac.rs Nastavnik: Prof.dr.sc. Boguslaw Poltorak E-mail: boguslaw.poltorak@ue.wroc.pl					Saradnik: E-mail:				
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji					
Cilj predmeta		Cilj predmeta je da se studentima objasni i ilustruje svrha potrebe i motivi vrednovanja preduzeća s jedne strane, te metodologija koja će se koristiti prilikom vrednovanja. Također, od posebnog značaja kursa je uključivanje studenata u proces izrade i publikovanja istraživačkih radova a sve u kontekstu ovladavanja metodologije naučno-istraživačkog rada.							
Kompetencije (Ishodi učenja)		Razumijevanje ciljeva, svrhe i metodologije vrednovanja preduzeća. Osposobljenost za samostalnu primjenu metodologije naučno –istraživačkog rada putem publikovanja novih istraživanja i radova							
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Osnove vrednovanja preduzeća • Metodologija vrednovanja preduzeća • Vrednovanje putem racija • Vrijednost ulaganja • Završne aktivnosti vrednovanja preduzeća • Osnove ERM infrastrukture 									
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.									
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.									
Težinski kriteriji za provjeru znanja									
Predavanja		Vježbe		Studijsko istraživački pristupni rad		Usmeni ispit		Ostalo	
10%		-		45%		45%		-	
Literatura									
Obavezna		1. Erić, D., Stošić, I. (2013). Korporativno restrukturiranje preduzeća, Institut ekonomskih nauka, Beograd. 2. Segal, S. (2011). Corporate value of enterprise risk management, John Wiley							

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	&Sons, Inc.
Dodatna	– Frederick, D.L. (2005). Valuing Your Business - Strategies to Maximize the Sale Price, JohnWiley &Sons, Inc.

		UNIVERSITY OF ZENICA FACULTY OF ECONOMICS			
Subject title: CORPORATE VALUATION OF ENTERPRISES - RISK MANAGEMENT IN THE COMPANY					
Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Almir Alihodžić E-mail: almir.dr2@gmail.com Lecturer: Prof.dr. sc. Dejan Šoškić E-mail: soskic@ekof.ba.ac.rs Lecturer: prof.dr.sc. Boguslaw Poltorak E-mail: boguslaw.poltorak@ue.wroc.pl			Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites		Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims	The objective of the course is to explain to students and illustrate the purpose of the needs and motives of valuing companies on the one hand, as well as the methodology to be used in evaluating. Also, the special importance of the course is to involve students in the process of creating and publishing research papers, all in the context of mastering the methodology of scientific research.				
Learning outcomes	Understanding the goals, purpose and methodology of evaluating a company. Ability to independently apply the methodology of scientific and research work through publication of new research and works.				
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Basics of company valuation • Company valuation methodology • Valuation Ratios • Value Investing • Final evaluation activities of the company • Basic ERM Infrastructure 					
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.					
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.					
Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other	
10%	-	45%	45%	-	
Reading					
Essential	1. Erić, D., Stošić, I. (2013). Korporativno restruktuiranje preduzeća, Institut ekonomskih nauka, Beograd. 2. Segal, S. (2011). Corporate value of enterprise risk management, JohnWiley				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	&Sons, Inc.
Supplementary	– Frederick, D.L. (2005). Valuing Your Business - Strategies to Maximize the Sale Price, JohnWiley &Sons, Inc.



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: NAPREDNI FINANSIJSKI MENADŽMENT

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Sead Omerhodžić E-mail: sead.omerhodzic@untz.ba			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Primjena modernih znanja i tehnika u području principa korporativnih finansija i upravljanja finansijskim rizicima.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Obuhvatno znanje i razumijevanje, analiza i primjena, vrednovanje i sinteza te istraživačke sposobnosti u području savremenog finansijskog menadžmenta.				
Program predmeta:					
<ul style="list-style-type: none"> • Uloga CFO u savremenoj kompaniji • Napredne metode vrednovanja investicija • Savremeno upravljanje finansijskim rizicima • Strateške finansijske odluke 					
Izvođenje nastave:					
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja:					
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2013): Advanced Financial Management, Mcgraw-Hill, Usa				
Dodatna	– Rogers, J. (2013): Strategy, Value And Risk: A Guide To Advanced Financial Management, Third Edition, Palgrave Macmillan, Ny Usa				



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: ADVANCED FINANCIAL MANAGEMENT

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	

Subject leader: Prof. dr. sc. Sead Omerhodžić

E-mail: sead.omerhodzic@untz.ba

Subject assistant:

E-mail:

Pre-requisites

Econometrics
Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics

Subject aims

Modern knowledge and techniques application in the fields of corporate finance principles and financial risk management.

Learning outcomes

Comprehensive knowledge and understanding, analysis, application, evaluation, synthesis and research capabilities in the field of modern financial management.

Indicative syllabus content:

- The Role of CFO in the Modern Corporation
- Advances Investment Appraisal
- Advanced Financial Risk Management Technics
- Strategic Financial Decisions

Learning delivery:

In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.

Assessment Rationale:

Scholarly research paper and oral exam.

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-

Reading

Essential	1. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2013): Advanced Financial Management, Mcgraw-Hill, Usa
Supplementary	– Rogers, J. (2013): Strategy, Value And Risk: A Guide To Advanced Financial Management, Third Edition, Palgrave Macmillan, Ny Usa

		UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET				
Naziv predmeta: PRIMIJENJENI FINANSIJSKI KONTROLING U SAVREMENIM KOMPANIJAMA						
Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra	
		Predavanja	Vježbe			
II	Izborni			8		
Nastavnik: Prof. dr. sc. Nedžad Polić E-mail: nedžad.polic@ef.unze.ba				Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje			Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta		Interpretacija finansijskog kontrolinga kao globalnog koncepta podrške menadžmentu u procesu odlučivanja.				
Kompetencije (Ishodi učenja)		Razumijevanje i primjena oruđa, tehnika i instrumentarija finansijskog kontrolinga.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Uloga kontrolinga i kontrolera u savremenoj kompaniji; • Kontroling ključnih poslovnih procesa kompanija; • Kontroling imovine, obaveza i kapitala u kompaniji; • Specifični instrumenti i tehnike u implementaciji i primjeni finansijskog kontrolinga. 						
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.						
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.						
Težinski kriteriji za provjeru znanja						
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo		
10%	-	45%	45%	-		
Literatura						
Obavezna	1. Polić, N., Kozarević, E., Džafić, J. (2016): Finansijski kontroling, Ekonomski fakultet UNZE					
Dodatna	– Ziegenbein, K. (2008): Kontroling, 9.Izdanje, Rrif-Plus D.O.O. Zagreb					

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises				
II		Elective		2		8	
Subject leader: Prof. dr. sc. Nedžad Polić E-mail: nedžad.polic@ef.unze.ba				Subject assistant: E-mail:			
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		Interpretation of the Financial Controllershship as a Comprehensive Management Support Concept in Decision Making Process.					
Learning outcomes		Tools, Technics and Instruments of Financial Controllershship – Understanding and Application.					
Indicative syllabus content:							
<ul style="list-style-type: none"> • The Role of Controllershship and Controller in Modern Corporation; • Controllershship of the Key Business Processes; • Controllershship of the Corporate Assets, Liabilities and Equity; • Specific Instruments and Technics of the Financial Controllershship Implementation and Application. 							
Learning delivery:							
In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.							
Assessment Rationale:							
Scholarly research paper and oral exam.							
Assessment Criteria							
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other			
10%	-	45%	45%	-			
Reading							
Essential	1. Polić, N., Kozarević, E., Džafić, J. (2016): Finansijski kontroling, Ekonomski fakultet UNZE						
Supplementary	– Ziegenbein, K. (2008): Kontroling, 9.Izdanje, Rif-Plus D.O.O. Zagreb						



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: PROGRAMSKO BUDŽETIRANJE

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Željko Rička E-mail: zeljko.ricka@ef.unze.ba Nastavnik: Prof. dr. sc. Ante Bajo E-mail: abajo@efzg.hr			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Cilj predmeta je da se studentima objasni i ilustruje novi model budžetiranja u javnom sektoru koji postepeno preuzima primat linijskog budžetiranja. Prelaskom na programsko budžetiranje povećava se odgovornost za efikasno trošenje javnih sredstava.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Razumijevanje prednosti programskog budžetiranja u odnosu na linijsko budžetiranje. Način kreiranja programskih indikatora. Način mjerenja efikasnosti programa.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Pojam budžeta i budžetske procedure • Vrste budžeta • Prednosti i nedostaci pojedinih vrsta budžeta • Programske aktivnosti • Indikatori programskih aktivnosti • Mjerenje ostvarenja programskih aktivnosti • Analize programskih aktivnosti 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Stiglitz, J.; Ekonomija javnog sektora, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 2. Rosen, H.; Javne finansije, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost,				

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	<ol style="list-style-type: none">3. D. Brummerhof: Javne financije (2000.g.), Zagreb, MATE,4. Jelčić. B, Javne financije, RRIF Zagreb, 2001.g.
Dodatna	<ul style="list-style-type: none">– Raičević B., Javne finansije, Centar za izdavačku djelatnost EF Beograd, 2005.g.– Ristić-Vukša, Budžetska politika i fiskalna revizija, EtnoStil Beograd, 2010.g.– R.Downes R., Moretti D. and Scherie Nicol S.: Public Governance Directorate Budgeting and Performance in the European Union, OECD Journal on Budgeting, 2017.– Government at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, (2017)

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises				
II		Elective		2		8	
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Željko Rička E-mail: zeljko.ricka@ef.unze.ba Lecturer: Ante Bajo E-mail: abajo@efzg.hr				Subject assistant: E-mail:			
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		The objective of the course is to explain and illustrate to students a new public sector budgeting model which takes on the primacy of line budgeting. Switching to program budgeting increases the responsibility for the efficient spending of public funds.					
Learning outcomes		Understanding the benefits of program budgeting in relation to line budgeting. Method of creating program indicators. How to measure program efficiency.					
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> • Notion of budget and budget procedures • The type of budget • Advantages and disadvantages of certain types of budget • Program activities • Indicators of program activities • Measurement of program activities • Analysis of program activities 							
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.							
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.							
Assessment Criteria							
Lectures		Exercises		Scholarly research paper		Oral exam	
10%		-		45%		45%	
						-	
Reading							
Essential		1. Stiglitz, J.; Ekonomija javnog sektora, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 2. Rosen, H.; Javne finansije, (2013.g.), Ekonomski fakultet Beograd, Centar za izdavačku djelatnost, 3. D.Brummerhof: Javne financije (2000.g.), Zagreb, MATE,					

Prilog 3. Obrazac za nastavni program predmeta (NP) koji se realizuje na studijskom programu

	4. Jelčić. B, Javne financije, RRIF Zagreb, 2001.g.
Supplementary	<ul style="list-style-type: none">– Raičević B., Javne finansije, Centar za izdavačku djelatnost EF Beograd, 2005.g.– Ristić-Vukša, Budžetska politika i fiskalna revizija, EtnoStil Beograd, 2010.g.– R.Downes R., Moretti D. and Scherie Nicol S.: Public Governance Directorate Budgeting and Performance in the European Union, OECD Journal on Budgeting, 2017.– Government at a Glance 2017, OECD Publishing, Paris, (2017)

		UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET				
Naziv predmeta: SPECIJALNE FINANSIJSKE TRANSAKCIJE						
Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra	
		Predavanja	Vježbe			
II	Izborni			8		
Nastavnik: Prof. dr. sc. Emira Kozarević E-mail: emira.kozarevic@untz.ba				Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje			Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Razumijevanje značaja i potencijala specijalnih finansijskih transakcija u kreiranju i realizaciji korporativnih ciljeva					
Kompetencije (Ishodi učenja)	Tipovi specijalnih finansijskih transakcija, njihova primjena i utjecaj na realizaciju poslovnih ciljeva.					
Program predmeta:						
<ul style="list-style-type: none"> • Restrukturiranje kompanija i dezinvestiranje • Spajanja i pripajanja – odluke i finansiranje • Transakcije i finansiranje na tržištu kapitala • Finansiranje projekata • Sekuritizacija 						
Izvođenje nastave:						
U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.						
Provjera znanja:						
Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.						
Težinski kriteriji za provjeru znanja						
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo		
10%	-	45%	45%	-		
Literatura						
Obavezna	1. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2010): Corporate Finance, 9th Edition, Mcgraw-Hill, Usa					
Dodatna	– Ehrhardt, C.M., Brigham, F.E. (2011): Financial Management – Theory And Practise, 13th Edition, S-W Cengage Learning, Usa					



UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS



Subject title: SPECIAL FINANCIAL TRANSACTIONS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	

Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Emira Kozarević
E-mail: emira.kozarevic@untz.ba

Subject assistant:
E-mail:

Pre-requisites

Econometrics
Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics

Subject aims

Understanding of the Importance and Potentials of Special Financial Transactions in Corporate Goals Setting and Achieving.

Learning outcomes

Types of the Special Financial Transactions, Application and Influence on Corporate Goals Achievement.

Indicative syllabus content:

- Corporate Restructuring and Divestures
- Mergers & Acquisitions – Decisions and Financing
- Capital Markets Transactions and Financing
- Project Financing
- Securitization

Learning delivery:

In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.

Assessment Rationale:

Scholarly research paper and oral exam.

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-

Reading

Essential	1. Ross A.S., Westerfield W.R., Jaffe J. (2010): Corporate Finance, 9th Edition, Mcgraw-Hill, Usa
Supplementary	– Ehrhardt, C.M., Brigham, F.E. (2011): Financial Management – Theory And Practise, 13th Edition, S-W Cengage Learning, USA



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: FINANSIJSKO IZVJEŠTAVANJE I UGOVARANJE

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof. dr. sc. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Nastavnik: Prof. dr. Josipa Mrša E-mail: mrsa@efri.hr			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Uspostaviti poveznice interesnih strana u finansijskom izvještavanju s ciljem ugovaranja. Osposobiti studente za postavku dizajna istraživanja u odnosima ugovaranja duga.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Primjena mjera utjecaja finansijskog izvještavanja.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Agencijski problem i konflikt interesa • Relevantnost finansijskih izvještaja u ugovaranju • Računovodstvo fer vrijednosti • Računovodstveni konzervativizam • Klauzule ugovaranja 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Brown, a. 2014. Financial reporting differences and debt contracting				
Dodatna	– Donelson, D.C., Jennings, R. And Mcinnis, J., 2017. Financial Statement Quality And Debt Contracting: Evidence From A Survey Of Commercial Lenders. Contemporary Accounting Research, 34(4), Pp.2051-2093. – Shivakumar, I., 2013. The role of financial reporting in debt contracting and in stewardship. Accounting and business research, 43(4), pp.362-383.				

Semester		Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
			Lectures	Exercises		
II		Elective	2		8	
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Lecturer: prof.dr. Josipa Mrša E-mail: mrsa@efri.hr				Subject assistant: E-mail:		
Pre-requisites			Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		Establish financial reporting correlations for debt contracting Enable students to design research in debt contracting.				
Learning outcomes		Application of proxies to measure financial reporting influence.				
Indicative syllabus content:						
<ul style="list-style-type: none"> • Agency problem and conflicting interests • Financial reporting relevance in contracting • Fer value accounting • Accounting conservatism • Debt covenants 						
Learning delivery:						
In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.						
Assessment Rationale:						
Scholarly research paper and oral exam.						
Assessment Criteria						
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other		
10%	-	45%	45%	-		
Reading						
Essential	1. Brown, a. 2014. Financial reporting differences and debt contracting					
Supplementary	<ul style="list-style-type: none"> - Donelson, D.C., Jennings, R. And Mcinnis, J., 2017. Financial Statement Quality And Debt Contracting: Evidence From A Survey Of Commercial Lenders. Contemporary Accounting Research, 34(4), Pp.2051-2093. - Shivakumar, l., 2013. The role of financial reporting in debt contracting and in stewardship. Accounting and business research, 43(4), pp.362-383. 					



**UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET**



Naziv predmeta: FINANSIJSKO IZVJEŠTAVANJE I TRŽIŠTE KAPITALA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
II	Izborni			8	
Nastavnik: Prof.dr. Sanja Sever Mališ E-mail: ssever@efzg.hr Nastavnik: Prof.dr. Željana Aljinović E-mail: zeljana.aljinovic.barac@efst.hr			Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji			
Cilj predmeta	Predstaviti mjerenje utjecaja finansijskog izvještavanja na tržišta kapitala.				
Kompetencije (Ishodi učenja)	Primjena mjera utjecaja finansijskog izvještavanja.				
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Informacijska asimetrija u finansijskom izvještavanju • Konzervatizam • Vremensko priznavanje • Upravljanje zaradama • Reakcija na loše i dobre vijesti 					
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.					
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.					
Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo	
10%	-	45%	45%	-	
Literatura					
Obavezna	1. Ball, R., Robin, A. and Sadka, G., 2008. Is financial reporting shaped by equity markets or by debt markets? An international study of timeliness and conservatism. Review of Accounting Studies, 13(2-3), pp.168-205.				
Dodatna	– Li, S., 2010. Does mandatory adoption of International Financial Reporting Standards in the European Union reduce the cost of equity capital?. The Accounting Review, 85(2), pp.607-636.				



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: FINANCIAL REPORTING AND EQUITY MARKETS

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	

Subject leader: Prof.dr. Sanja Sever Mališ

E-mail: ssever@efzg.hr

Lecturer: Prof.dr. Željana Aljinović

E-mail: zeljana.aljinovic.barac@efst.hr

Subject assistant:

E-mail:

Pre-requisites

Econometrics

Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics

Subject aims

Presentation of proxies to measure financial reporting influence on equity markets.

Learning outcomes

Application of proxies to measure financial reporting influence

Indicative syllabus content:

- Information asymmetry in financial reporting
- Conservatism
- Timeline recognition
- Earnings management
- Reaction on bad and good news

Learning delivery:

In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.

Assessment Rationale:

Scholarly research paper and oral exam.

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-

Reading

Essential	1. Ball, R., Robin, A. and Sadka, G., 2008. Is financial reporting shaped by equity markets or by debt markets? An international study of timeliness and conservatism. <i>Review of Accounting Studies</i> , 13(2-3), pp.168-205.
Supplementary	– Li, S., 2010. Does mandatory adoption of International Financial Reporting Standards in the European Union reduce the cost of equity capital?. <i>The Accounting Review</i> , 85(2), pp.607-636.

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra		
				Predavanja	Vježbe				
II		Izborni				8			
Nastavnik: Prof. dr. sc. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Nastavnik: Prof.dr. Lajoš Žager E-mail: lzager@efzg.hr				Saradnik: E-mail:					
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji					
Cilj predmeta		Osposobiti studenta da upravlja osnovnim parametrima opredjeljenja kvaliteta revizije.							
Kompetencije (Ishodi učenja)		Upravljanje osnovnim parametrima kvaliteta revizije.							
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Legislativno i regulatorno okruženje i utjecaj na reviziju i angažmane s izražavanjem uvjerenja • Reviziji slične usluge u profesionalnom i etičkom okviru • Politike i procedure kontrole kvaliteta • Zahtijevani rad ka ispunjenju ciljeva revizijskog angažmana • Evaluacija nalaza i rezultata rada 									
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.									
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.									
Težinski kriteriji za provjeru znanja									
Predavanja		Vježbe		Studijsko istraživački pristupni rad		Usmeni ispit		Ostalo	
10%		-		45%		45%		-	
Literatura									
Obavezna		1. Jean C. Bedard, Karla M. Johnstone, and Edward F. Smith (2010) Audit Quality Indicators: A Status Update on Possible Public Disclosures and Insights from Audit Practice. Current Issues in Auditing: June 2010, Vol. 4, No. 1, pp. C12-C19.							
Dodatna		– IFAC, 2015. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements.							



**UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS**



Subject title: AUDIT QUALITY

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
II	Elective	2		8	

Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Lecturer: Prof.dr. Lajoš Žager E-mail: lzager@efzg.hr	Subject assistant: E-mail:
--	---

Pre-requisites	Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics
-----------------------	--

Subject aims	Enable student to manage parameters on audit quality.
---------------------	---

Learning outcomes	Managing parameters on audit quality.
--------------------------	---------------------------------------

Indicative syllabus content:

- Legal and regulatory environment and its impact on audit and assurance practice
- Assurance or other service engagement within a professional and ethical framework
- Appropriate quality control policies and procedures
- Work required to meet the objectives of audit assignments and apply the International Standards on Auditing
- Evaluate findings and the results of work performed and draft suitable reports on assignments.



Learning delivery:
 In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.

Assessment Rationale:
 Scholarly research paper and oral exam.

Assessment Criteria				
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other
10%	-	45%	45%	-

Reading

Essential	1. Jean C. Bedard, Karla M. Johnstone, and Edward F. Smith (2010) Audit Quality Indicators: A Status Update on Possible Public Disclosures and Insights from Audit Practice. Current Issues in Auditing: June 2010, Vol. 4, No. 1, pp. C12-C19.
Supplementary	– IFAC, 2015. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements

		UNIVERZITET U ZENICI EKONOMSKI FAKULTET				
Naziv predmeta: RAČUNOVODSTVENO PREMOŠĆIVANJE RIZIKA						
Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra	
		Predavanja	Vježbe			
II	Izborni			8		
Nastavnik: Prof.dr. Katarina Žager E-mail: kzager@efzg.hr Nastavnik: Prof.dr. Ivica Pervan E-mail: ivica.pervan@efst.hr Nastavnik: Prof.dr. Danimir Gulin E-mail: dgulin@efzg.hr Nastavnik: Prof.dr. Branka Ramljak E-mail: branka.ramljak@efst.hr				Saradnik: E-mail:		
Predmeti koji su preduvjet za polaganje		Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji				
Cilj predmeta	Osposobiti studenta da primjene računovodstveno premošćivanje rizika.					
Kompetencije (Ishodi učenja)	Primjena računovodstvenog premošćivanja rizika.					
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Dijelovi premošćivanja • Kvalificirajući kriteriji • Naknadna ocjena • Vremenska vrijednost opcija • Elementi „forward-a“ • Prezentacija 						
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.						
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.						
Težinski kriteriji za provjeru znanja						
Predavanja	Vježbe	Studijsko istraživački pristupni rad	Usmeni ispit	Ostalo		
10%	-	45%	45%	-		
Literatura						
Obavezna	1. DeMarzo, P. And Duffie, D. 2015. Corporate Incentives for Hedging and Hedge Accounting. The Review of Financial Studies, Volume 8, Issue 3, 1 July 1995, Pages 743–771					
Dodatna	– Panaretou, A., and Shackleton, B.M. 2011. Corporate Risk Management and Hedge Accounting					

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises				
II		Elective		2		8	
Subject leader: Prof.dr. Katarina Žager E-mail: kzager@efzg.hr Lecturer: Prof.dr. Ivica Pervan E-mail: ivica.pervan@efst.hr Lecturer: Prof.dr. Danimir Gulin E-mail: dgulin@efzg.hr Lecturer: Prof.dr. Branka Ramljak E-mail: branka.ramljak@efst.hr				Subject assistant: E-mail:			
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods in Economics			
Subject aims		Enable student to perform hedge accounting.					
Learning outcomes		Perform hedge accounting.					
Indicative syllabus content:							
<ul style="list-style-type: none"> • Hedge items • Qualifying criteria • Subsequent assessment • Time value of options • Forward elements • Presentation and disclosure 							
Learning delivery:							
In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.							
Assessment Rationale:							
Scholarly research paper and oral exam.							
Assessment Criteria							
Lectures	Exercises	Scholarly research paper	Oral exam	Other			
10%	-	45%	45%	-			
Reading							
Essential	1. DeMarzo, P. And Duffie, D. 2015. Corporate Incentives for Hedging and Hedge Accounting. The Review of Financial Studies, Volume 8, Issue 3, 1 July 1995, Pages 743–771						
Supplementary	– Panaretou, A., and Shackleton, B.M. 2011. Corporate Risk Management and Hedge Accounting						

Semestar		Status		Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra	
				Predavanja	Vježbe			
II		Izborni				8		
Nastavnik: Prof. dr. sc. Nino Serdarević E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Nastavnik: Prof.dr. Vesna Vašičeg E-mail: yvasiseg@efzg.hr Nastavnik: Prof.dr. Meliha Bašić E-mail: meliha.basic@efsa.unsa.ba Nastavnik: Prof.dr. Ivana Dražić Lutilsky E-mail: idrazic@efzg.hr					Saradnik: E-mail:			
Predmeti koji su preduvjet za polaganje				Ekonometrija Savremene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji				
Cilj predmeta		Predstaviti postavke menadžerskog računovodstva u konkurentskom okruženju.						
Kompetencije (Ishodi učenja)		Analizirati postavke menadžerskog računovodstva.						
Program predmeta: <ul style="list-style-type: none"> • Situacijska teorija • Agencijska teorija • Tržišta i hijerarhija • Mjerenje performanse 								
Izvođenje nastave: U skladu sa članom 102. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija.								
Provjera znanja: Studijsko istraživački pristupni rad i usmeni ispit.								
Težinski kriteriji za provjeru znanja								
Predavanja		Vježbe		Studijsko istraživački pristupni rad		Usmeni ispit	Ostalo	
10%		-		45%		45%	-	
Literatura								
Obavezna		1. Malmi, T. And Granlund, M. 2009. In Search Of Management Accounting Theory						
Dodatna		– Watts, Ross L. and Zimmerman, Jerold L., Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. Accounting Review, Vol. 65						

Semester		Status		Hours per week		ECTS credit value	Code		
		Lectures	Exercises						
II		Elective		2		8			
Subject leader: Assoc. Prof. Dr. Nino Serdarević, E-mail: nino.serdarevic@ef.unze.ba Lecturer: Prof.dr. Vesna Vašićeg E-mail: vvasiseg@efzg.hr Lecturer: Prof.dr. Meliha Bašić E-mail: meliha.basic@efsa.unsa.ba Lecturer: Prof.dr. Ivana Dražić Lutilsky E-mail: idrazic@efzg.hr				Subject assistant: E-mail:					
Pre-requisites				Econometrics Contemporary Quantitative and Qualitative Methods In Economics					
Subject aims		Present managerial accounting frameworks in competitive environment.							
Learning outcomes		Analyze managerial accounting frameworks.							
Indicative syllabus content: <ul style="list-style-type: none"> Contingency theory Agency theory Markets and hierarchy Performance measurement 									
Learning delivery: In accordance with Article 102 of the Rulebook on organizing of the undergraduate, master's and doctoral studies.									
Assessment Rationale: Scholarly research paper and oral exam.									
Assessment Criteria									
Lectures		Exercises		Scholarly research paper		Oral exam		Other	
10%		-		45%		45%		-	
Reading									
Essential		1. Malmi, T. And Granlund, M. 2009. In Search Of Management Accounting Theory							
Supplementary		– Watts, Ross L. and Zimmerman, Jerold L., Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. Accounting Review, Vol. 65							