UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET
Naučno-nastavno vijeće

Broj: 06-200-001-885/26
Zenica, 14.07.2026. godine

Na osnovu člana 70. stav (4) tačka e) a u vezi sa članovima 132., 133., i 134. Zakona o visokom obrazovanju („Službene novine ZDK", broj: 12/22, 15/24-Autentično tumačenje, 5/25 i 12/26), člana 113. stav 1. tačka c) a u vezi s članom 346. Statuta Univerziteta u Zenici (Prečišćen tekst) i Procedure za preispitivanje i inoviranje studijskih programa na Univerzitetu u Zenici, na prijedlog Radnog tima za pripremu prijedloga izmijenjenog i dopunjenog teksta (preispitivanje/inoviranje) nastavnog plana i programa za I (prvi) i II (drugi) ciklus studija na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici, Naučno-nastavno vijeće Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Zenici na svojoj 07/26 redovnoj sjednici, održanoj 14.07.2026. godine, donijelo je

O D L U K U
o usvajanju Inoviranog Nastavnog plana i programa II (drugog) ciklusa studija na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici studijskog programa/odsjeka: Menadžment preduzeća

Član 1.

Usvaja inovirani Nastavni plana i programa II (drugog) ciklusa studija studijskog programa/odsjeka Menadžment preduzeća na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici.

Član 2.

Sastavni dio ove odluke je Inovirani Nastavni plan i program II (drugog) ciklusa studija studijskog programa/odsjeka Menadžment preduzeća na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici, s primjenom od akademske 2026/2027. godine.
Inovirani Nastavni plan i program iz prethodnog člana sadrži manje od 20% promjena u studijskom programu.

Član 3.

Za realizaciju odluke zadužuju se Prodekanesa za nastavu i studentska pitanja i Studentska služba Fakulteta.

Član 4.

Odluka stupa na snagu danom donošenja.

PREDSJEDAVAJUĆI
NAUČNO-NASTAVNOG VIJEĆA

Prof. dr. sc. Nedžad Polić

Dostavljeno:
1x Prodekan za nastavu i studentska pitanja
1x Prorektor za nastavu i studentska pitanja
1x Studentska služba
1x Oglasna ploča i Web Fakulteta
1x arhiva NNV-a

UNIVERZITET U ZENICI / UNIVERSITY OF ZENICA

EKONOMSKI FAKULTET / FACULTY OF ECONOMICS

INOVIRANI NASTAVNI PLAN I PROGRAM
II (DRUGOG) CIKLUSA STUDIJA

ODSJEK: **MENADŽMENT PREDUZEĆA**

Zenica, juli 2026. godine

SADRŽAJ

I. UVODNE NAPOMENE……..……....3

II. NASTAVNI PLAN - studijski program Menadžment preduzeća.……..…9

III. NASTAVNI PROGRAM - odsjek Menadžment preduzeća……..... 10

Prilog 1. OPIS IZMJENA I DOPUNA STUDIJSKOG PROGRAM……..31

I. UVODNE NAPOMENE

Magistarski studij na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici je pokrenut kao odgovor na stalne promjene u užem i širem okruženju koje zahtijevaju kontinuirano stvaranje novih vrijednosti i visokoobrazovane stručnjake koji mogu kreativno i uspješno odgovoriti na izazove. Studijski program Menadžment preduzeća je namijenjen onima koji žele kombinovati konceptualna znanja i vještine iz biznisa sa praktičnim znanjima i vještinama iz menadžmenata. Ovaj program pruža najprije osnovna znanja iz biznisa i menadžmenta, a zatim osigurava menadžerska znanja i alate u pojedinim područjima kao što su: razumijevanje biznisa, preduzetnički menadžment, strateški menadžment, organizacijsko ponašanje, itd. U skladu sa čl.131. Zakona o visokom obrazovanju Zeničko-dobojskog kantona i čl. 181.,182.,183. i 184. Statuta Univerziteta u Zenici na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici je nakon isteka četverogodišnjeg perioda prepoznata potreba da se na drugom (II) ciklusu jednogodišnjeg studija pristupi inoviranju nastavnog plana i programa studijskog programa: Menadžment preduzeća sukladno Proceduri za preispitivanje i inoviranje studijskih programa na Univerzitetu što je okončano Odlukom Senata Univerziteta u Zenici.

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

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

Odbranom rada studenti stiču zvanje magistar ekonomije sa naznakom odsjeka.

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

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

	sati ili 16 sati sedmično (4-obavezna predmeta), a što odgovara 30 ECT(A)S bodova (4 x 7,5), dok je u ljetnom semestru 120 sati ili 8 sati sedmično (1 obavezni + 1 obavezni predmet sa liste smjerskih predmeta), a što odgovara 13 ECT(A)S bodova (7,5+5,5). Tome treba pridodati i predviđeno opterećenje u ljetnom semestru za prijavu i izradu magistarskog rada od 17 ECT(A)S bodova. Dakle, ukupno opterećenje studenata od 60 ECT(A)S na oba odsjeka drugog (II) ciklusa studija je ravnomjerno raspoređeno i po semestru iznosi 30 ECT(A)S bodova. **3.5 Usklađenost (koherentnost) između organizacije procesa učenja i sadržaja nastavnog plana i programa** Studenti u zimskom semestru imaju 16 sati nastave, dok u ljetnom semetru imaju 8 sati nastave uvažavajući činjenicu da je planirana izrada magistarskog rada u drugom semestru drugog (II) ciklusa studija. **3.6 Završni rad (I i II ciklusa)** U skladu sa aktima osiguranja kvaliteta Univerzitet u Zenici ima jasnu proceduru za prijavu, odobrenje, izradu i odbranu diplomskog rada koja se primjenjuje na svim studijskim programima. Također u sklopu Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog stduija Odjeljak F definirana je prijava i odbrana završnog rada. Nakon završetka studija studenti stiču zvanje magistra ekonomije.
4. Ljudski resursi	**4.1 Kvalitet nastavnog kadra** Nastavu izvode zaposlenici i saradnici Univerziteta u Zenici. Postoji jasno utvrđeno strateško planiranje u skladu sa redovnim godišnjim izvještajima o upravljanju ljudskim resursima. Studijski program kao dio integrisanog Univerziteta u Zenici ima jasno definisane kriterije za izbor i angažman akademskog osoblja, a u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici i Pravilnikom o postupku i uslovima izbora nastavnika i saradnika na Univerzitetu u Zenici. Obzirom da je studijski program Menadžment preduzeća interdisciplinaran u nastavni proces se uključuju i nastavnici iz drugih oblasti, drugih visokoškolskih ustanova i stručnjaci iz prakse koji praktično obogaćuju ovaj studijski program povezujući teoriju i praksu. Prikazom i uvidom u mobilnost nastavnog osoblja i studenata jasno se može vidjeti aspekt internacionalizacije studijskog programa koji se ogleda u primjenjivosti i učešću u internacionalizaiciji. **4.2 Usklađivanje profesionalnih i akademskih zahtijeva** U cilju prepoznatljivosti izlaznih zvanja završenika drugog (II) ciklusa studija sukladno potrebama tržišta rada i savremenim kretanjima u oblasti menadžmenta predviđena je prilagodba kompetencija izlaznog zvanja završenika. Sukladno Zakonu i Statutu izvršene su i izmjene predmetno planske strukture utvrđene u ranijem nastavnom planu i programu, s tim što te izmjene ne prelaze 20% ranijeg nastavnog plana i programa. Odrednice nastavnih predmeta u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici (čl. 181, 182. i 183.) propisuju: sadržaj nastavnih predmeta, način izvođenja nastave, način polaganja ispita i drugih oblika provjere znanja, u skladu sa studijskim programom, preporučene udžbenike, priručnike i drugu literaturu neophodnu za pripremu i polaganje ispita iz pojedinih nastavnih predmeta. **4.3 Broj zaposlenog nastavnog kadra** Ukupan broj zaposlenih je 16. Analizom dostavljenih dokumenata i uvidom u priloge u sklopu Samoevaluacijskog izvještaja, a u skladu sa Odlukom o standardima i normativima za obavljanje djelatnosti visokog obrazovanja na

	području Zeničko-dobojskog kantona (Službene novine ZDK 4/13), broj akademskog osoblja u skladu je sa standardima i normativima.
5. Studenti	**5.1 Ocjenjivanje i testiranje** Univerzitet u Zenici kao integrisana ustanova jasno je definirao načine ocjenjivanja studenta. Statut Univerziteta u Zenici (član 196., član 193.) i Pravilnik o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija UNZE (odjeljak E Članovi 29 - 44) jasno definiraju način ocjenjivanja studenta i javno su dostupni na web stranici. Univerzitet u Zenici ima jasno priznatu i usvojenu Proceduru za prijavu i polaganje ispita koja definiše transparentnost ocjenjivanja i mogućnost podnošenja žalbe na ocjenjivanje te je dostupna na web stranici. **5.2 Praktična nastava** Praktična nastava se odvija posjetama različitim kompanijama s ciljem povezivanja teorije i prakse. Također, u nastavni proces su uključeni stručnjaci iz prakse do 30% od ukupnog fonda sati. **5.3 Uslovi za upis studenata na studijski program** Upis studenata na studijski program definisan je u skladu sa zakonskim aktima, u skladu sa Statutom Univerziteta u Zenici član 176. i 177. i u skladu sa Odjeljkom D. Članovi 25 - 28. Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija Univerziteta u Zenici. Studenti koji nisu završili prvi stepen na Ekonomskom fakultetu (240 ECTS) dužni su položiti razliku predmeta koji su uslov za polaganje predmeta predviđenih nastavnim planom i programom, i to: Osnove menadžmenta, Strateški menadžment i Organizacijsko ponašanje. **5.4 Uključenost studenata u unapređenje nastavnih i procesa učenja** Predstavnici studenata su uključeni u sve elemente rada na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Zenici kako u Naučno-nastavnom vijeću, Odboru za kvalitet tako i u drugim ad hoc tijelima neophodnim za funkcionisanje i rad Fakulteta, u skladu sa potrebama osiguranja kvaliteta (Član 113. Statuta Univerziteta u Zenici definira da broj studeanta ne može biti manji od 15% u radu NNV-a). **5.5 Mjere za promoviranje mobilnosti, uključujući i uzajamno priznavanje kredita/bodova** Univerzitet u Zenici je putem Statuta Univerziteta u Zenici, Pravilnika o organizovanju dodiplomskog, magistarskog i doktorskog studija Član 42. i 43. i Pravilnika o ECT(A)S sistemu i razvojem i usvajanjem Procedure za priznavanje programa i perioda studija radi nastavka školovanja na Univerzitetu u Zenici izradio mehanizme koji omogućavaju bilateralnu kooperaciju i razmjenu studenata u različitim programima i vidovima saradnje. Mobilnost je dobro promovisana na studijskom programu i uvidom u izvještaje o mobilnosti nastavnog osoblja jasno se može utvriditi da se ista vrednuje u radu akademskog osoblja i studenata. U ovaj proces su uključeni kako prodekan za nastavu Ekonomskog fakulteta, ECTS koordiantor, i šefovi studijskih programa. Kadrovsko osnaživanje ove službe direktno je vezano za finansijsko poslovanje osnivača i odluku osnivača. Važno je napomenuti da studenti sve više pokazuju interes za prijavu na Erasmus+ programe mobilnosti i druge međunarodne programe što je rezultiralo poboljšanjem mobilnosti studenata u odnosu na raniji period. **5.6 Savjetovanje studenata i konsultacije**

	Konsultacije su predviđene redovnim sedmičnim terminima koje svaki nastavnik dostavlja na početku akademske godine. **5.7 Sistem informiranja i žalbi** Svi elementi procesa, resursi fizički i intelektualni, se ocjenjuju i evaluiraju na krajog svakog semestra od strane studenata koji imaju mogućnosti iskazati eventualne pritužbe.
6. Fizički resursi	**6.1 Materijalni aspekti** Na osnovu prikazanih informacija i uvidom u stanje resursa postoje jasni dokazi da postoje resursi koji su u skladu sa standardima i normativima za licenciranje studijskih programa. Svi resursi su dostupni studentima na korištenje. Studijski program posjeduje izuzetno dobro opremljen informatički kabinet sa specifičnim materijalima i resursima za užu naučnu oblast Menadžment i organizacija, kao i tehničku opremu za simulaciju video-konferencija, e-sastanaka i sl. Bibliotečki resursi su dostupni kako za dopunsku, tako i obaveznu literaturu. Studentska služba je otvorena za rad sa studentima u dvije smjene, što predstavlja veliku administrativnu podršku studentima prvog i drugog ciklusa. Na web stranici moguće je pronaći virtuelni prikaz zgrade koji omogućava studentu lakšu orijentaciju. Obzirom da postoji plan ulaganja u fizičke resurse i opremu postoji jasna predanost studijskog programa i visokoškolske ustanove da unapređuje ovaj proces, ali je on ipak limitiran dostupnim budžetskim sredstvima ili zavisi od sredstava koje studijski progam obezbijedi putem učešća u raznim projektima.
7. Unutrašnje osiguranje kvaliteta	**7.1 Rezultati evaluacije** U sklopu svojih redovnih aktivnosti Samoevaluacijskog izvještaja svake godine i sprovođenja redovnih aktivnosti ocjenjivanja nastavnog procesa od strane studenata Studijski program, a u skladu sa aktivnostima cijelog Univerziteta, prikuplja i analizira podatke o svom akademskom osoblju i na osnovu toga pravi određene planove i analize. **7.2 Mjere za unapređenje studijskog programa** U skladu sa normativnim i zakonskim aktima postoji redovno praćenje i analiza informacija sa ciljem unapređenja studijskog programa, a za analizu se uzimaju informacije i rezultati ankete studenata o ocjeni nastavnog procesa, mišljenja vanjskih stručnjaka kao i međunarodni trendovi napretka i razvoja specifične naučne oblasti. Mjere za unapređenje studijskog programa predviđene su Akcionim planom naknadnih aktivnosti za poboljšanje kvaliteta nakon izdatog Rješenja o akreditaciji studijskog programa od 29. 03. 2019. **7.3 Uključivanje saradnika/kolega, studenata, svršenih studenata (alumni) i tržišta rada/profesije** Studijski program Menadžment preduzeća ima jasno utvrđene elemente usklađenosti sa zahtjevima tržišta rada. U skladu s tim Odlukom Senata Univerziteta u Zenici, a na prijedlog Naučno-nastavnog vijeća Ekonomskog fakulteta formiran je Ekonomsko-poslovni savjet Univerziteta u Zenici sa sjedištem na Ekonomskom fakultetu koji je uključen u proces razvoja kvaliteta na studijskom programu „Menadžment preduzeća". U odgovoru na aktuelne zahtjeve privrednog razvoja od ogromnog značaja mogu biti i već otpočete tematske rasprave na Ekonomsko-poslovnom savjetu. Rad ovog tijela privrednika sa sjedištem na Ekonomskom fakultetu je izuzetno značajan, jer potvrđuje jedan izraziti stepen saradnje Ekonomskog fakulteta s privredom, a prepoznat je kao značajan faktor poboljšanja nastavnog procesa angažiranjem stručnjaka iz prakse.
8. Postignuti rezultati	**8.1 Ostvareni nivo** - Studijski program svake godine provodi samoevaluacijski proces, a

	zakonski je obavezan revidirati i inovirati nastavni plan i program svake četiri godine; - Studijski program ima utvrđen vid komunikacije koji jasno ocjenjuje poterbe tržišta rada i identifikuju potrebe izmjene i unapređenja nastavnog procesa; - Kontinuirano se prate elementi realizacije međunarodnih ugovora sa ciljem jačanja mobilnosti nastavnog osoblja i studenata kao i stručnog usavršavanja. **8.2 Ishod učenja** Nastavni plan i program studijskog progarma Menadžment jasno sadrži sve neophodne elemente koji ukazuju na jasan pregled obaveznih i izbornih predmeta, jasno imaju prikazano i podijeljeno opterećenje studenta sa iskazanim ECTS kreditima, a u skladu sa normativima i standardima. Svaki pojedinačni silabus predmeta ima jasno prikazan način provjere znanja studenta i vrednovanja rada studenta. Bodovanje i izrada završnog rada su jasno prikazani uz prikaz obavezne i dodatne literature za svaki predmet.

II. N A S T A V N I P L A N

Studijski program: **Menadžment preduzeća**

	UNIVERZITET U ZENICI **EKONOMSKI FAKULTET**	

NASTAVNI PLAN STUDIJSKOG PROGRAMA: MENADŽMENT PREDUZEĆA

Šifra predmeta	**R. br.**	**NAZIV PREDMETA**	**1. semestar (zimski)**				**NASTAVNIK/SARADNIK**
			P	**V**	**LV**	**ECT(A)S**	
06K47-005	1.	Primijenjene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji	60		-	7,5	
06K21-053	2.	Poslovna strategija	60		-	7,5	Prof. dr. sc. Dženan Kulović
06K21-050	3.	Poduzetnički menadžment	60		-	7,5	Prof. dr. sc. Rifet Đogić
06K21-052	4.	Strateške alijanse	60		-	7,5	Prof. dr. sc. Dijana Husaković
		Broj sati u sedmici P/V/LV	16		-		
		Ukupan broj sati u sedmici	**16**				
		Ukupan broj kreditnih bodova				**30**	
Šifra predmeta	**R. br.**	**NAZIV PREDMETA**	**2. semestar (ljetni)**				**NASTAVNIK/SARADNIK**
			P	**V**	**LV**	**ECT(A)S**	
06K21-021	1.	Kroskulturalni menadžment	60		-	7,5	Prof. dr. sc. Dženan Kulović
06K20-005	2.	Marketing strategija	60		-	5,5	
06K21-020	3.	Menadžment zasnovan na vrijednosti	60		-	5,5	Prof. dr. sc. Rifet Đogić
06K21-019	4.	Razumijevanje biznisa	60		-	5,5	Prof. dr. sc. Dženan Kulović
06K21-057	5.	Organizacijska kultura	60		-	5,5	Prof. dr. sc. Dijana Husaković
06K19-011	6.	Magistarski rad	-			17	Imenovani mentor
		Broj sati u sedmici P/V/LV	8		-	30	
		Ukupan broj sati u sedmici	**8**				
		Ukupan broj kreditnih bodova				**30**	

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

R. br.	**PREDMET**	**ECT(A)S** **Kreditni bodovi**					
		P	**V**	**S**	**PI**	**UI**	**∑**
1.	Primjenjene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
2.	Poslovna strategija	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
3.	Poduzetnički menadžment	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
4.	Strateške alijanse	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
5.	Kroskulturalni menadžment	2	-	1,5	2,5	1,5	7,5
6.	Marketing strategija	2	-	2,5	0,5	0,5	5,5
7.	Menadžment zasnovan na vrijednosti	2	-	2,5	0,5	0,5	5,5
8.	Razumijevanje biznisa	2	-	2,5	0,5	0,5	5,5
9.	Organizacijska kulutra	2	-	2,5	0,5	0,5	5,5
10.	Magistarski rad	-	-	-	-	-	17
UKUPNO / TOTAL							**60**

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

III. N A S T AV N I P R O G R A M

ODSJEK: **MENADŽMENT PREDUZEĆA**

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **PRIMIJENJENE KVANTITATIVNE I KVALITATIVNE METODE U EKONOMIJI**

Semestar	**Status**	**Broj časova sedmično**		**ECTS bodovi**	**Šifra**
		Predavanja	**Vježbe**		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	06K47-005

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

Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Nema
Cilj predmeta	Usvajanje teorijskih znanja i stjecanje praktičnih vještina neophodnih za primjenu kvantitativne i kvalitativne metodologije u ekonomiji i menadžmentu. Osposobljavanje studenata za samostalno korištenje kvantitativne i kvalitativne metodologije uz primjenu odgovarajućih softverskih rješenja
Kompetencije (Ishodi učenja)	• Samostalno osmisliti teorijski koncept istraživanja • Kombinirati različite kvantitativne i kvalitativne metode prilikom kreiranja metodološkog dizajna istraživanja • Samostalno prikupiti podatke i pripremiti ih za analizu • Primjenom odgovarajućih softverâ samostalno koristiti kvantitativnu i kvalitativnu metodologiju u istraživanjima iz oblasti ekonomije i menadžmenta • Samostalno interpretirati i prezentirati rezultate istraživanja u skladu sa zahtjevima radova referentnih publikacija i magistarskog rada

Program predmeta:

- Prikupljanje i provođenje analize referencne građe i izrada pregleda literature
- Uspostavljanje teorijskog okvira istraživanja (definiranje problema, predmeta, cilja i hipoteza)
- Kreiranje metodološkog dizajna istraživanja (varijable – latentne i manifestne, uzorak i uzorkovanje, mjerenje, instrumenti za prikupljanje podataka, odabir kvantitativne i/ili kvalitativne metodologije)
- Primijenjene kvalitativne metode u ekonomiji i menadžmentu (studija slučaja, fokus grupa, Delfi metoda)
- Primijenjene kvantitativne metode u ekonomiji i menadžmentu (priprema podataka, testiranje značajnosti razlika, testiranje povezanosti između varijabli, logistička regresija, panel regresiona analiza, diskriminaciona analiza, kanonička korelaciona analiza, eksploratorna faktorska analiza, konfirmatorna analiza, modeliranje strukturalnim jednačinama – PLS i CB SEM)
- Korištenje softverâ SPSS, STATA i NVivo
- Pisanje izvještaja o obavljenom istraživanju prema zahtjevima referentnih publikacija i magistarskog rada

Izvođenje nastave:
Predavanja i vježbe se izvode uz upotrebu nastavnih sredstava, softverskih rješenja, kao i tehnika aktivnog učenja uz aktivno učešće studenata. Naglasak se stavlja na praktične primjere i interaktivnost studenata, pri čemu se kreiraju rasprave o predmetnom problemu sa svim studentima.

Provjera znanja:
Provjera znanja studenata se vrši putem testa. Uz to studenti izrađuju seminarske radove koji se prezentiraju i vodi rasprava o predmetnom problemu sa svim studentima. Završnim usmenim ispitom se vrši ocjenjivanje teorijskog znanja studenata i sposobnost primjene tog znanja na rješavanje praktičnih problema u kreiranju planova lokalnog ekonomskog razvoja i politike.

Težinski kriteriji za provjeru znanja

Predavanja	Vježbe	Seminarski rad	Pismeni testovi	Ostale aktivnosti	Završni ispit
10%	-	40%	-	10%	40%
Literatura					
Obavezna	1. Radović-Marković, M. & Avolio Alecchi, B. (2017). Qualitative Methods in Economics. New York: Routledge. 2. Šehić, E. (2016). Modeli i metode za panel podatke. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu. 3. Zahirović, S. & Okičić, J. (2021). Primijenja multivarijatna analiza. Tuzla: Offset d.o.o.				
Dodatna	1. Bahovec, V. & Erjavec, N. (2009). Uvod u ekonometrijsku analizu. Zagreb: Element d.o.o. 2. IBM Statistics (2021). IBM SPSS Statistics 28 Documentation. Dostupno na: https://www.ibm.com/support/pages/ibm-spss-statistics-28-documentation#en 3. QSR International Pty Ltd (2014). Nvivo 10 for Windows. Dostupno na: https://download.qsrinternational.com/Document/NVivo10/NVivo10-Getting-Started-Guide.pdf 4. StataCorp (2021). Stata User's Guide Release 17. Lakeway Drive: Stata Press.				

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **APPLIED QUANTITATIVE AND QUALITATIVE METHODS IN ECONOMICS**

Semester	**Status**	**Hours per week**		**ECTS credit value**	**Code**
		Lectures	**Exercises**		
First	Mandatory	4		7,5	06K47-005

Subject leader: **E-mail**:	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	None
Subject aims	Increase the important contribution to the quality of expert and scientific work of students and young researches.
Learning outcomes	• Independently devise a theoretical research concept. • Combine different quantitative and qualitative methods when creating a methodological research design. • Collect data independently and prepare them for analysis. • Using appropriate software, independently use quantitative and qualitative methodology in research in the field of economics and management. • Independently interpret and present research results in accordance with the requirements of reference publications and master's theses.

Indicative syllabus content:

- Collection and implementation of reference material analysis and preparation of literature reviews
- Establishing a theoretical research framework (defining problems, subjects, goals and hypotheses)
- Creating a methodological design of research (variables - latent and manifest, sampling and sampling, measurement, data collection instruments, selection of quantitative and / or qualitative methodology)
- Applied qualitative methods in economics and management (case study, focus group, Delphi method)
- Applied quantitative methods in economics and management (data preparation, testing the significance of differences, testing the relationship between variables, logistic regression, panel regression analysis, discriminant analysis, canonical correlation analysis, exploratory factor analysis, confirmatory analysis, modeling structural equations - PLS and CB SEM)
- Use of SPSS, STATA and NVivo software
- Writing a report on the research conducted according to the requirements of reference publications and master's thesis

Learning delivery:

Lectures and exercises are performed with the use of teaching aids, software solutions, as well as active learning techniques with the active participation of students. Emphasis is placed on practical examples and student interactivity, creating discussions of the subject matter with all students.

Assessment Rationale:

The knowledge is being assessed based on a written test.In addition, the students prepare seminar works that are being presented and discussed with other students. The final oral exam evaluates the theoretic knowledge and the capability to use the knowledge to solve practical issues in creating local economic development and policy plans.

Assessment Criteria					
Lectures	Exercises	Practice work	Teoretical exam	Other	
10%	-	40%	40%	10%	

Reading	
Essential	1. Radović-Marković, M. & Avolio Alecchi, B. (2017). Qualitative Methods in Economics. New York: Routledge. 2. Šehić, E. (2016). Modeli i metode za panel podatke. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu. 3. Zahirović, S. & Okičić, J. (2021). Primijenja multivarijatna analiza. Tuzla: Offset d.o.o.
Supplementary	1. Bahovec, V. & Erjavec, N. (2009). Uvod u ekonometrijsku analizu. Zagreb: Element d.o.o. 2. IBM Statistics (2021). IBM SPSS Statistics 28 Documentation. Dostupno na: https://www.ibm.com/support/pages/ibm-spss-statistics-28-documentation#en 3. QSR International Pty Ltd (2014). Nvivo 10 for Windows. Dostupno na: https://download.qsrinternational.com/Document/NVivo10/NVivo10-Getting-Started-Guide.pdf 4. StataCorp (2021). Stata User’s Guide Release 17. Lakeway Drive: Stata Press.

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **POSLOVNA STRATEGIJA**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Drugi	Obavezni	4	-	7,5	06K21-053

Nastavnik: V. prof. dr. sc. Dženan Kulović **E-mail**: dzenan.kulovic@unze.ba	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Strateški menadžment
Cilj predmeta	Stjecanje znanja neophodnih za kreiranje poslovne strategije i izradu strateškog plana.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za oblikovanje poslovne strategije Biti osposobljen za izradu strateškog plana

Program predmeta:

- Uvod
- Porterov doprinos razvoju strateškog menadžmenta
- Analiza okruženja: Porterov koncept pet konkurentskih sila
- Analiza kompanije: Porterov koncept lanca vrijednosti
- Konkurentska prednost: niski troškovi ili diferencijacija
- Konkurentska strategija: Porterov koncept generičkih strategija
- Porterov novi pogled na konkurentsku prednost: zeleno i konkurentnost
- Strateški plan
- Strateška mapa
- Balanced Scorecard
- STRATEX

Izvođenje nastave:
Prezentacije, ex cathedra, gostujući predavači, grupne radionice

Provjera znanja:
Pristupni rad
Završni ispit

Težinski kriteriji za provjeru znanja

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit		
-	-	50%	50%		

Literatura

Obavezna	1. Ateljević, J., Kulović, Dž., Đoković, F., Bavčić, M. 2023. Business Strategy and Competitive Advantage: A Reinterpretation of Michael Porter's Work, New York & London: Routledge 2. Belak, V., Kulović, Dž., Mekić, E. 2022. Balanced Scorecard s primjerima u Excelu, Sarajevo: Perfecta

Dodatna	1. 1. Ateljević, J. i Kulović, Dž. 2015. Razumijevanje Michaela Portera: Doprinos strategijskom menadžmentu, Sarajevo: Perfecta 2. Niven, P. 2007. Balanced Scorecard korak po korak: Maksimiziranje učinaka i održavanje rezultata, Zagreb: Masmedia 3. Porter, M. 208. Konkurentska prednost: Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb: Masmedia 4. Kaplan, R. S. i Norton, D. P. 2010. Premija za uspeh: Povezivanje strategije sa operacijama radi sticanja konkurentske prednosti, Beograd: FEFA 5. Set odabranih članaka

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **BUSINESS STRATEGY**

Semester	**Status**	**Hours per week**		**ECTS credit value**	**Code**
		Lectures	**Exercises**		
Second	Mandatory	4		7,5	06K21-053

Subject leader: Dženan Kulović, Associate Professor **E-mail**: dzenan.kulovic@unze.ba	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	Strategic Management
Subject aims	Acquiring the knowledge necessary for formulating a business strategy and creating a strategic plan.
Learning outcomes	Be able to formulating a business strategy Be able to creating a strategic plan

Indicative syllabus content:

- Introduction
- Porter's Contribution to Strategic Management
- Environmental Analysis: Porter's Five Competitive Forces Concept
- Company Analysis: Porter's Value Chain Concept
- Competitive Advantage: Low Cost or Differentiation
- Competitive Strategy: Porter's Concept of Generic Strategies
- Porter's New View on Competitive Advantage: Green and Competitive
- Strategic Plan
- Strategy Map
- Balanced Scorecard
- STRATEX

Learning delivery:
Presentations, ex cathedra, visiting lecturers, group workshops.

Assessment Rationale:
Term paper
Final Exam

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
-	-	50%	50%		

Reading

Essential	1. 1. Ateljević, J., Kulović, Dž., Đoković, F., Bavčić, M. 2023. Business Strategy and Competitive Advantage: A Reinterpretation of Michael Porter's Work, New York & London: Routledge 2. Belak, V., Kulović, Dž., Mekić, E. 2022. Balanced Scorecard s primjerima u Excelu, Sarajevo: Perfecta
Supplementary	1. Ateljević, J. i Kulović, Dž. 2015. Razumijevanje Michaela Portera: Doprinos strategijskom menadžmentu, Sarajevo: Perfecta 2. Niven, P. 2007. Balanced Scorecard korak po korak: Maksimiziranje učinaka i održavanje rezultata, Zagreb: Masmedia 3. Porter, M. 208. Konkurentska prednost: Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb: Masmedia 4. Kaplan, R. S. i Norton, D. P. 2010. Premija za uspeh: Povezivanje strategije sa operacijama radi sticanja konkurentske prednosti, Beograd: FEFA 5. List of selected articles

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **PODUZETNIČKI MENADŽMENT**

Semestar	**Status**	**Broj časova sedmično**		**ECTS bodovi**	**Šifra**
		Predavanja	**Vježbe**		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	06K21-050

Nastavnik: R. prof. dr. sc. Rifet Đogić **E-mail**: rifetd@yahoo.com	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Osnovi menadžmenta
Cilj predmeta	Sticanje ključnih znanja iz oblasti preduzetništva, kroz izučavanje tematskih cjelina: od prirode i važnosti preduzetništva, preko identifikovanja i ocjene preduzetničke prilike, obezbeđenja neophodnih resursa, osnivanja, rasta i konačne prodaje ili napuštanja poslovnog poduhvata. Integrativan pristup u ostvarivanju definisanog cilja podrazumijeva korišćenje već usvojenih znanja iz oblasti menadžmenta, organizacije, marketinga i finansija.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za savladivanje različitih aspekata osnivanja i upravljanja preduzetničkim poduhvatom, steći znanje o prirodi i izazovima preduzetničkog procesa, izgraditi sposobnost analize i kritičke ocjene poslovnih ideja.

Program predmeta:

- Osnove preduzetništva
- Strategije i proces preduzetničkog poduhvata
- Razvoj ideja i poslovnih šansi
- Finansiranje preduzetničkog poduhvata
- Planiran je: strategije, metode i tehnike
- Biznis plan
- Značaj marketinga u preduzetničkom poduhvatu
- Uloga rizika u preduzetničkom ponašanju
- Životni ciklus preduzeća
- HRM u preduzetničkom poduhvatu
- Modeli organizacione strukture u preduzetništvu
- Outsourcing i strateške alijanse
- Upravljanje promjenama i inovacijamau preduzetništvu

- E-poslovanje i internacionalno preduzetništvo
- Podrška razvoju preduzetništva

Izvođenje nastave:
Predavanja, studije slučaja, konsultacije, gosti iz prakse

Provjera znanja:
Izrada i odbrana pristupnog rada
Usmeni dio ispita

Težinski kriteriji za provjeru znanja

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

Literatura

Obavezna	1. Đuričin, D., Paunović, B., Janošević, S. 2015. Preduzetništvo i menadžment, Beograd: Zavod za udžbenike 2. Deželjin, J. i dr. 1999. Poduzetnički menadžment, Zagreb: Alinea
Dodatna	1. Buble, M., Kružić, D. 2006. Poduzetništvo - realnost, sadašnjost i izazovi budućnosti, Split: RriF 2. Drucker, F. P. 1996. Inovacije i poduzetništvo, Beograd: Privredni pregled 3. Deželjin, J. i dr. 2002. Poduzetnički menadžment: izazov, rizik, zadovoljstvo, Zagreb: M. E. P. Consult, Zagreb 4. Hisrich, R. H., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. 2011. Poduzetništvo, Zagreb: MATE 5. Zigner, T. I. Entrepreneurship and Small Business, Pergoman Pres, London.

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **ENTREPRENEURIAL MANAGMENT**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
First	Mandatory	4		7,5	06K21-050

Subject leader: Rifet Đogić, Full Professor
E-mail: rifetd@yahoo.com

Subject assistant:
E-mail:

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

Indicative syllabus content:

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

Learning delivery:
Lectures, case studies, consultations, guests from practice

Assessment Rationale:
Preparation and defense entrance paper
Oral part of the exam

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

Reading

Essential	1. Đuričin, D., Paunović, B., Janošević, S. 2015. Preduzetništvo i menadžment, Beograd: Zavod za udžbenike 2. Deželjin, J. i dr. 1999. Poduzetnički menadžment, Zagreb: Alinea
Supplementary	1. Buble, M., Kružić, D. 2006. Poduzetništvo - realnost, sadašnjost i izazovi budućnosti, Split: RriF 2. Drucker, F. P. 1996. Inovacije i poduzetništvo, Beograd: Privredni pregled 3. Deželjin, J. i dr. 2002. Poduzetnički menadžment: izazov, rizik, zadovoljstvo, Zagreb: M. E. P. Consult, Zagreb 4. Hisrich, R. H., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. 2011. Poduzetništvo, Zagreb: MATE 5. Zigner, T. I. Entrepreneurship and Small Business, Pergoman Pres, London.

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **STRATEŠKE ALIJANSE**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Prvi	Obavezni	4	-	7,5	06K21-052

Nastavnik: R. prof. dr. sc. Dijana Husaković **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Strateški menadžment
Cilj predmeta	U globaliziranom, izrazito konkurentskom okruženju, međusobno konkurentsko natjecanje preduzeća nije uvijek najbolja opcija za uspješno poslovanje. Ovaj predmet daje uvid u kompleksni i uzbudljivi svijet strateških alijansi, kao načina strateškog povezivanje preduzeća kroz međusobnu saradnju. Studenti će dobiti odgovore na najznačajnija pitanja iz ove oblasti: kada i zašto koristiti alijanse, u kojim poslovnim situacijama i okruženju daju najbolje rezultate, te kako upravljati alijansama da bi se

	postavljeni ciljevi ostvarili.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Sposobnost formiranja i upravljanja strateškim partnerstvima.

Program predmeta:

- Uvod u strateške alijanse
- Pojam i značaj strateškog povezivanja preduzeća
- Konkurenska sposobnost i strateške alijanse
- Vrste strateških alijansi
- Razvoj strateških alijansi
- Upravljanje strateškim alijansama
- Sukobi u strateškim alijansama i njihovo prevladavanje
- Učenje u strateškim alijansama
- Natjecanje alijansi i višestruke alijanse
- Internetski savezi
- Društveno umrežavanje, M&A
- Društvena odgovornost i etika u strateškim alijansama

Izvođenje nastave:
Predavanja, seminarski radovi, prezentacije i diskusije.

Provjera znanja:
Dva testa u toku semestra ili završni ispit
Rad u toku nastave kroz prezentacije i diskusije
Seminarski rad
Usmeni ispit (pismeni dio ispita, izrada prezentacije i seminarskog rada su preduvjeti za usmeni dio ispita).

Težinski kriteriji za provjeru znanja

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi	
10%	-	30%	10%	50%	

Literatura

Obavezna	1. Tipurić, D. i Markulin, G. 2007. Strateški savezi: Suradnjom poduzeća do konkurenstke prednosti, 2. izdanje, Zagreb: Sinergija 2. Filipović, D. 2012. Izazovi integracijskih procesa: Rast poduzeća putem spajanja, preuzimanja i strateških saveza, Zagreb: Sinergija
Dodatna	1. Ireland, R. D., Hitt, M. A. & Vaidyanath, D. 2002. Alliance Management as a Source of Competitive Advantage. Journal of Management 28 (3): 413–446. 2. Dyer, J. H., & Singh, H. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academy of Management Review, 23: 660–679. 3. Dyer, J H., Kale, P and Singh, H. 2004. When to Ally and When to Acquire. 4. Harvard Business Review, 82, July/August, 108-115. 5. Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. Strategic Management Journal 21(3): 217-237. 6. Kale, P., Singh, H. 2009. Managing Strategic Alliances: What Do We Know Now, and Where Do We Go From Here? The Academy of Management Perspectives 23 (3): 45-62.

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **STRATEGIC ALLIANCES**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
First	Mandatory	4		7,5	06K21-052

Subject leader: Dijana Husaković, Full Professor **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	Strategic Management
Subject aims	In a globalized, highly competitive environment, competitive confrontation is not always the best option for a successful business. This course provides insights into the complex and exciting world of strategic alliances, presenting a way of gaining competitive advantage through strategic cooperation of companies. Students will get the answers to the most important issues in this area: when and why to use the alliance, in which situations and environments are alliances effective strategic option, and how to solve challenges facing alliance management in order to make them work.
Learning outcomes	Capability to form and manage strategic partnerships.

Indicative syllabus content:

- Introduction to strategic alliances
- The concept and importance of strategic cooperation between companies
- Competitive advantage and strategic alliances
- Types of strategic alliances
- Strategic alliances formation and development
- Management of strategic alliances
- Alliances dynamics
- Alliances competition and multiple alliances
- Internet alliances
- Strategic networks, M&A
- Corporate social responsibility and ethics in strategic alliances

Learning delivery:

Lectures, term papers, presentations and class discussions.

Assessment Rationale:

Two tests during semester or written exam
In class work through presentations and discussions
Term paper
Oral exam (written exam, presentation and term paper are pre-requisites for oral exam).

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam	Written Tests	
10%	-	30%	10%	50%	

Reading

Essential	1. Tipurić, D. i Markulin, G. 2007. Strateški savezi: Suradnjom poduzeća do konkurenstke prednosti, 2. izdanje, Zagreb: Sinergija 2. Filipović, D. 2012. Izazovi integracijskih procesa: Rast poduzeća putem spajanja, preuzimanja i strateških saveza, Zagreb: Sinergija
Supplementary	1. Ireland, R. D., Hitt, M. A. & Vaidyanath, D. 2002. Alliance Management as a Source of Competitive Advantage. Journal of Management 28 (3): 413–446. 2. Dyer, J. H., & Singh, H. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academy of Management Review, 23: 660–679. 3. Dyer, J H., Kale, P and Singh, H. 2004. When to Ally and When to Acquire. 4. Harvard Business Review, 82, July/August, 108-115. 5. Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. Strategic Management Journal 21(3): 217-237. 6. Kale, P., Singh, H. 2009. Managing Strategic Alliances: What Do We Know Now, and Where Do We Go From Here? The Academy of Management Perspectives 23 (3): 45-62.

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **KROSKULTURALNI MENADŽMENT**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Drugi	Obavezni	4	-	7,5	06K21-021

Nastavnik: R. prof. dr. sc. Dijana Husaković **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Organizacijsko ponašanje
Cilj predmeta	Cilj predmeta je pokazati kako nacionalna kultura utječe na specifične aspekte menadžmenta.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti spobosan razumjeti koncept kulture Biti sposoban razumjeti specifične aspekte kroskulturalnog menadžmenta Biti sposoban razumjeti fenomen ekspatrijatizma

Program predmeta:

- Kultura i menadžment
- Definisanje koncepta kulture: nacionalna kultura, organizaciona kultura, korporativna kultura i industrijska kultura
- Hofstedov pristup izučavanju nacionalne kulture
- Ostali pristupi izučavanju nacionalne kulture: Trompenars i Model sedam dimenzija nacionalne kulture, Hall i Kulture visokog i niskog konteksta, Ting-Tommey i Teorija pregovaranja "obraza", House i GLOBE projekat, Meyer i Mapa kulture
- Utjecaj kulture na komuniciranje
- Utjecaj kulture na pregovaranje
- Utjecaj kulture na konflikte
- Utjecaj kulture na motivaciju
- Utjecaj kulture na liderstvo
- Utjecaj kulture na timove
- Fenomen ekspatrijatizma
- Ekspatrijacijski ciklus karijere

Izvođenje nastave:
Predavanja, studije slučaja, itd

Provjera znanja:
Pismeni ispit
Usmeni ispit
Seminarski rad
Prezentacije

Težinski kriteriji za provjeru znanja

Predavanja	Vježbe	Pismeni ispit	Prezentacija	Seminarski rad	Usmeni
-	-	50%	10%	30%	10%

Literatura

Obavezna	1. Husaković, D., Kulović, Dž. (2022): KROSKULTURALNI MENADŽMENT, Zenica: Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2. Meyer, E. (2022): Mapa kultura: probijanje nevidljivih granica globalnog biznisa, prevod, Zenica: Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 3. Set odabranih članaka
Dodatna	1. Hofstede, G., Hofstede, Jan G., Minkov, M. (2012): CULTURES AND ORGANIZATIONS: SOFTWARE OF THE MIND, New York: McGraw-Hill 2. Tropenaars, F., Hampden-Turner, C. (2020): RIDING THE WAVES OF CULTURE: UNDERSTANDING DIVERSITY IN GLOBAL BUSINESS, Boston: Nicholas Brealey

	Publishing 3. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. I Gupta, V. (ur.) (2004): CULTURE, LEADERSHIP, AND ORGANIZATIONS: THE GLOBE STUDY OF 62 SOCIETIES, London: Sage.

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **CROSSCULTURAL MANAGEMENT**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
Second	Mandatory	4		7,5	06K21-021

Subject leader: Dijana Husaković, Full Professor **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Subject assistant**: **E-mail**:

Pre-requisites	Organizational Behavior
Subject aims	The aim of the course is to show how national culture influences specific aspects of management.
Learning outcomes	Be able to understand the concept of culture Be able to understand specific aspects of cross-cultural management Being able to understand the phenomenon of expatriatism

Indicative syllabus content:

- Culture and management
- Defining the concept of culture: national culture, organizational culture, corporate culture and industrial culture
- Hofstede's approach to the study of national culture
- Other approaches to the study of national culture: Trompenars and the Seven Dimensions Model of national culture, Hall and Cultures of High and Low Context, Ting-Tommey and Saving “Face” Theory, House and GLOBE Project, Meyer and Culture map
- Culture and communication
- Culture and negotiation
- Culture and conflicts
- Culture and motivation
- Culture and leadership
- Culture and teams
- The phenomenon of expatriates
- The life cycle of the expatriate works assigment

Learning delivery:
Lectures, case studies, etc.

Assessment Rationale:

Written exam
Oral exam
Presentation
Term paper

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Written exam	Term paper	Presentation	Oral exam
-	-	50%	30%	10%	10%

Reading

Essential	1. Husaković, D., Kulović, Dž. (2022): KROSKULTURALNI MENADŽMENT, Zenica: Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici 2. Meyer, E. (2022): Mapa kultura: probijanje nevidljivih granica globalnog biznisa, translate, Zenica: Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici

	3. Selected articles
Supplementary	1. Hofstede, G., Hofstede, Jan G., Minkov, M. (2012): CULTURES AND ORGANIZATIONS: SOFTWARE OF THE MIND, New York: McGraw-Hill 2. Tropenaars, F., Hampden-Turner, C. (2020): RIDING THE WAVES OF CULTURE: UNDERSTANDING DIVERSITY IN GLOBAL BUSINESS, Boston: Nicholas Brealey Publishing 3. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. I Gupta, V. (ur.) (2004): CULTURE, LEADERSHIP, AND ORGANIZATIONS: THE GLOBE STUDY OF 62 SOCIETIES, London: Sage.

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **MARKETING STRATEGIJA**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Drugi	Izborni	4	-	5,5	06K20-005

Nastavnik: **E-mail**:	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Strateški menadžment
Cilj predmeta	Razumijevanje oblikovanja i implementacije marketing strategija.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Sposobnost formulisanja i realizacije adekvatne marketing strategije u cilju postizanja konkurentnosti na ciljnom tržištu.

Program predmeta:

- Pojmovi marketing strategije i strateškog odlučivanja
- Osnove za oblikovanje strategije (misija, vizija, SWOT analiza, analiza eksterne okoline, analiza internih faktora, analiza portfolija ponude, definisanje ciljeva, prepoznavanje konkurentske prednosti)
- Porterove generičke strategije
- Strategije segmentacije tržišta i pozicioniranja
- Strategije ulaska na tržište i strategije tržišnog udjela
- Strategije proizvoda (strategije pozicioniranja, diversifikacije, kreiranja novog proizvoda)
- Strategije cijena (postojećih i novih proizvoda, penetracijskih cijena i visokih cijena)
- Strategije distribucije (dostupnost proizvoda i politika kanala distribucije)
- Strategije promocije (kombinovanje elemenata promotivnog miksa, izbor medija i oblikovanje poruke)
- Strategije rasta (strategije horizontalne i vertikalne integracije, strategija diverzifikacije)
- Brzina kao strategija
- Ostale strategije
- Planiranje, uvođenje, implementacija i kontrola strategije

Izvođenje nastave:
Prezentacije
Ex cathedra
Gostujući predavači

Provjera znanja:
Test 1
Test 2
Prisustvo
Prezentacije

Težinski kriteriji za provjeru znanja					
Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi	
10%	-	20%	-	70%	

Literatura

Obavezna	1. Ferrell, O. C. and Hartline, M. 2012. Marketing Strategy, 6. edition, Boston: Cengage Learning; 2. Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković, N. 2014. Osnovne strateškog marketinga, Zagreb: Školska knjiga 3. Renko, N. 2009. Strategije Marketinga, 2. izdanje, Zagreb: Ljevak
Dodatna	1. Schnaars, S. P. 1998. Marketing Strategy - Customers & Competition, New York: The Free Press

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **MARKETING STRATEGY**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
Second	Elective	4		5,5	06K20-005

Subject leader: **E-mail**:	**Subject assistant**: **E-mail**:

Pre-requisites	Strategic Management
Subject aims	Understanding of shaping and implementation of marketing strategy.
Learning outcomes	Capability of formulating and implementation of relevant marketing startegy with a goal to achieve competitiveness on the targeted market.

Indicative syllabus content:

- Terms of marketing startegy and strategic decision making
- Basics for shaping the marketing strategy (mission, vision, SWOT analysis, analysis of external enviroment, analysis of internal factors, analysis of the supply portfolio, defining goals, recognition of competitor advantage)
- Porter's generic strategies
- Market segmentation and positioning strategies
- Market entry and market share strategies
- Product strategies (positioning strategies, diversification, creation of new product)
- Price strategy (existing and new products, penetration prices and high prices)
- Distribution strategies (product awailability and distribution channel policy)
- Promotional strategies (combining elements of promotional mix, selection of media and shaping the message)
- Growth strategy (vertical and horizontal integration strategies, diversification strategy)
- Speed as strategy
- Other strategies
- Planning, induction, implementation and control strategy

Learning delivery:
Presentations
Ex cathedra
Guest lecturers

Assessment Rationale:
Test 1
Test 2
Activity
Presentations

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam		
10%	-	20%	70%		

Reading	
Essential	1. Ferrell, O. C. and Hartline, M. 2012. Marketing Strategy, 6. edition, Boston: Cengage Learning; 2. Pavičić, J., Gnjidić, V., Drašković, N. 2014. Osnovne strateškog marketinga, Zagreb: Školska knjiga 3. Renko, N. 2009. Strategije Marketinga, 2. izdanje, Zagreb: Ljevak
Supplementary	1. Schnaars, S. P. 1998. Marketing Strategy - Customers & Competition, New York: The Free Press

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **MENADŽMENT ZASNOVAN NA VRIJEDNOSTI**

Semestar	**Status**	**Broj časova sedmično**		**ECTS bodovi**	**Šifra**
		Predavanja	**Vježbe**		
Drugi	Izborni	4	-	5,5	06K21-020

Nastavnik: R. prof. dr. sc. Rifet Đogić **E-mail**: rifetd@yahoo.com	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Osnovi menadžmenta
Cilj predmeta	Stjecanje znanja o modernom pristupu vođenja preduzeća u savremenom globalnom i turbulentnom okruženju koji se zasniva na maksimiziranju vrijednosti preduzeća, koncept menadžmenta zasnovanog na vrijednosti prednost daje dioničarima naspram ostalih internih i eksternih stejkholdera preduzeća uz puno uvažavanje njihovih interesa.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za menadžment preduzeća koji će maksimizirati bogastvo njegovih vlasnika.

Program predmeta:

- MENADŽMENT ZASNOVAN NA VRIJEDNOSTI (teorija o stejkholderima i teorija o akcionarima kao primarnim stejkholderima, revolucija akcionarstva, concept menadžmenta zasnovanog na vrijednosti, strategijski finansijski menadžment, model strategijskog menadžmenta zasnovanog na vrijednosti),
- MJERENJE VRIJEDNOSTI (sistem mjerenja performansi akcionarskog preduzeća, računovodstvena mjerila performansi, vrijednosna mjerila performansi, cijena kapitala),
- FORMULISANJE STRATEGIJA 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:
Predavanja, studije slučaja, konsultacije, gosti iz prakse

Provjera znanja:
Izrada i odbrana pristupnog rada
Usmeni dio ispita

Težinski kriteriji za provjeru znanja

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

Literatura	
Obavezna	1. Kaličanin, Đ. 2006. Menadžment vrijednosti preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet

Dodatna	1. Pešalj, B. 2007. Mjerenje performansi preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet 2. Novićević, B. 2006. Upravljanje performansama preduzeća, Niš: Ekonomski fakultet 3. Niven, P. 2010. Balanced scorecard - korak po korak, Zagreb: Masmedia

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **VALUE-BASED MANAGEMENT**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
Second	Elective	4		5,5	06K21-020

Subject leader: Rifet Đogić, Full Professor **E-mail**: rifetd@yahoo.com	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	Fundamentals of Management
Subject aims	Acquiring knowledge on modern approach to operate the business in the modern global and turbulent environment, which is based on maximizing the value of the company. The concept of management based on the value of preferred shareholders as opposed to other internal and external stakeholders of enterprises with full respect for their interests.
Learning outcomes	To be qualified for the management of the company to maximize the wealth of its owners.

Indicative syllabus content:

- VALUE BASED MANAGEMENT (theory of the stakeholders and the theory of the shareholders as the primary stakeholder, shareholder revolution, the concept of value-based management, strategic financial management, strategic management model based on value),
- MEASUREMENT VALUES (system performance measurements of joint stock companies, the accounting standards of performance, value benchmarks, the cost of capital),
- STRATEGY FORMULATION OF CREATION VALUE (corporate strategy, business unit strategy, external growth strategies, restructuring strategy),
- STRATEGY IMPLEMENTATION OF CREATION VALUE (implementation of the strategy of creating value by means of harmonized list of results, the role of a business plan to create value, the reward system in the concept of value-based management).

Learning delivery:
Lectures, case studies, consultations,guest lecturers

Assessment Rationale:
Preparation and defense entrance paper
Oral part of the exam

Assessment Criteria

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

Reading

Essential	1. Kaličanin, Đ. 2006. Menadžment vrijednosti preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet
Supplementary	1. Pešalj, B. 2007. Mjerenje performansi preduzeća, Beograd: Ekonomski fakultet 2. Novićević, B. 2006. Upravljanje performansama preduzeća, Niš: Ekonomski fakultet 3. Niven, P. 2010. Balanced scorecard - korak po korak, Zagreb: Masmedia

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: RAZUMIJEVANJE BIZNISA

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Prvi	Izborni	4	-	5,5	06K21-019

Nastavnik: V. prof. dr. sc. Dženan Kulović **E-mail**: dzenan.kulovic@unze.ba	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Nema
Cilj predmeta	Cilj predmeta je studentima ponuditi osnovna znanja i vještine za bolje razumijevanje ključne svrhe biznisa.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za razumijevanje biznisa.

Program predmeta:

- Velika slika: tržište-biznis-preduzetništvo
- (Tradicionalni) preduzetnik: preduzetnička namjera (biznis ideja) + biznis planiranje
- Kategorizacija biznisa
- Preduzetnička vizija: kuda
- Strategijsko promišljanje: obje strane mozga
- Strategijska analiza: ulazak u suštinu
- Poslovna strategija i marketing (2P): kako + prava stvar + koliko
- Vrijednosni lanac i marketing (preostala 2P): prava stvar + pravi način
- Menadžment i organizacija - menadžment ljudskih resursa: tačka na «i»
- Finansijske projekcije i ekonomska analiza: da ili ne
- Rizici (i garancije)
- Biznis plan-spremni za start

Izvođenje nastave:
Predavanja, studije slučaja, gostujući predavači.

Provjera znanja:
Praktični rad
Aktivnosti
Završni ispit

Težinski kriteriji za provjeru znanja

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

Literatura

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

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **UNDERSTANDING BUSINESS**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
First	Elective	4		5,5	06K21-019

Subject leader: Dženan Kulović, Associate Professor **E-mail**: dzenan.kulovic@unze.ba	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	
Subject aims	The aim ofthe course is to offer students basic knowledge and skills to better understand the key purposes of business.
Learning outcomes	Being able for understanding business.

Indicative syllabus content:

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

Learning delivery:
Lectures, case studies, guest lecturers

Assessment Rationale:
Seminar paper
Activites
Final exam

Assessment Criteria

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

Reading

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

UNIVERZITET U ZENICI
EKONOMSKI FAKULTET

Naziv predmeta: **ORGANIZACIJSKA KULTURA**

Semestar	Status	Broj časova sedmično		ECTS bodovi	Šifra
		Predavanja	Vježbe		
Drugi	Izborni	4	-	5,5	06K21-057

Nastavnik: R. prof. dr. sc. Dijana Husaković **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Saradnik**: **E-mail**:
Predmeti koji su preduvjet za polaganje	Organizacijsko ponašanje
Cilj predmeta	Cilj predmeta je razumjeti organizacijsku kulturu kao kolektivni um preduzeća.
Kompetencije (Ishodi učenja)	Biti osposobljen za razumijevanje kognitivnih i simboličkih elemenata organizacije.

Program predmeta:

- Uvod u orgaizacijsku kulturu
- Definiranje strukture kulture
- Teorija kulturunog sklada
- Šta lideri trebaju znati o marko kulturama
- Nastanak, razvoj i promene organizacijske kulture
- Sadržaj organizacijske kulture - kognitivni i simbolički elementi organizacijske kulture
- Istraživanje organizacijske kulture
- Utjecaj organizacijske kulture na menadžment, organizaciju i performanse
- Utjecaj organizacijske kulture na strategiju, liderstvo i struktru
- Utjecaj organizacijske kulture na učenje, motivaciju i nagrađivanje
- Dinamika organizacijske kulture: nastanak, promjene i upravljanje
- Kulture i liderstvo kroz faze rasta
- Nacionalna kultura i menaadžment
- Ocjenjivanje kulture i planiranje vođenja promjena

Izvođenje nastave:
Predavanja, seminarski radovi, prezentacije i diskusije.

Provjera znanja:
Dva testa u toku semestra ili završni ispit
Rad u toku nastave kroz prezentacije i diskusije
Seminarski rad
Usmeni ispit (pismeni dio ispita, izrada prezentacije i seminarskog rada su preduvjeti za usmeni dio ispita).

Težinski kriteriji za provjeru znanja

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad	Teoretski ispit	Pismeni testovi	
10%	-	30%	10%	50%	

Literatura

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

UNIVERSITY OF ZENICA
FACULTY OF ECONOMICS

Subject title: **ORGANIZATIONAL CULTURE**

Semester	Status	Hours per week		ECTS credit value	Code
		Lectures	Exercises		
Second	Elective	4		5,5	06K21-057

Subject leader: Dijana Husaković, Full Professor **E-mail**: dijana.husakovic@unze.ba	**Subject assistant**: **E-mail**:
Pre-requisites	Organizational Behavior
Subject aims	The aim of the course is to understand organizational culture as the collective mindset of the enterprise.
Learning outcomes	Be able to understand the cognitive and symbolic elements of an organization.

Indicative syllabus content:

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

Learning delivery:
Lectures, presentations, term papers and class discussions.

Assessment Rationale:
Two tests during semester or written exam
In class work – presentations and discussions
Term paper
Oral exam (written exam, presentation and term paper are pre-requisites for oral exam).

Assessment Criteria

Lectures	Exercises	Practice	Teoretical exam	Written Tests	
10%	-	30%	10%	50%	

Reading

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

OPIS IZMJENA I DOPUNA STUDIJSKOG PROGRAM

<table>
<tr><td colspan="6">OPĆE INFORMACIJE O IZMJENAMA I DOPUNAMA STUDIJSKOG PROGRAMA</td></tr>
<tr><td>1. Naziv studijskog programa</td><td colspan="5">Menadžment preduzeća</td></tr>
<tr><td>2. Nosilac studijskog programa</td><td colspan="5">Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici</td></tr>
<tr><td>3. Tip studijskog programa</td><td colspan="2">Stručni studijski program</td><td colspan="3">Univerzitetski studijski Program</td></tr>
<tr><td>4. Nivo studijskog programa</td><td>Prediplomski</td><td colspan="2">Postdiplomski</td><td colspan="2">Integrirani</td></tr>
<tr><td>5. Način izvođenja studijskog programa</td><td>Klasični</td><td colspan="2">Mješoviti (klasični + on line)</td><td colspan="2">On line u cijelosti</td></tr>
<tr><td>6. Akademski/stručni naziv po završetku studija</td><td colspan="5">Magistar ekonomije s naznakom odsjeka</td></tr>
<tr><td>7. Ukupan broj ECTS bodova</td><td>Prije promjene</td><td>60</td><td>Poslije promjene</td><td colspan="2">60</td></tr>
<tr><td>8. Odluka NNV o prihvatanju izmjena i dopuna (dostaviti u prilogu)</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>9. Odluka ili rješenje o odobrenju studijskog programa (dostaviti u prilogu)</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">10. Opseg izmjena i dopuna studijskog programa</td><td colspan="3">Broj ECTS bodova nepromijenjenoga dijela programa:</td><td colspan="2">52.5</td></tr>
<tr><td colspan="3">Broj ECTS bodova promijenjenoga dijela programa:</td><td colspan="2">7.5</td></tr>
<tr><td>11. Redni broj izmjena i dopuna studijskog programa</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>12. Procjena postotka promjena, izmjena i dopuna studijskog programa</td><td colspan="5">a) Manje od 20%
b) Više od 20%, a manje od 40%</td></tr>
</table>

	c) Više od 40%

R.b.	Naziv predmeta koji se mijenja/koji se nadopunjuje	Broj ECTS bodova predmeta koji se mijenja		Obrazloženje
		Prije promjene	Poslije promjene	
1.	Poslovna strategija	5,5	7,5	Predmet Poslovna strategija mijenja status i postaje obavezni, a predmet Razumijevanje biznisa postaje izborni, uz inoviranje na predmetu Poslovna strategija.
2.	Kroskulturalni menadžment	7,5	7,5	Modificiran način izvođenja nastave i provjera znanja.

Matrica kompetencija Akademskog studijskog programa II ciklusa studija, Odsjek: Menadžment preduzeća

Ishodi učenja na nivou SP-a / PREDMETI	*Sposobnost provođenja sveobuhvatne strateške analize eksternog i internog okruženja primjenom različitih modela u cilju identifikacije ključnih faktora uspjeha i održivih konkurentskih prednosti organizacije*	*Vještina formulisanja i operacionalizacije misije, vizije i strateških ciljeva preduzeća, te njihovo prevođenje u konkretne akcione planove koji uskladuju resurse sa tržišnim prilikama*	*Sposobnost kritičkog promišljanja i donošenja strateških odluka o smjeru razvoja preduzeća u uslovima tržišne neizvjesnosti i rizika*	*Razumijevanje i primjena koncepta lanca vrijednost za optimizaciju poslovnih procesa i stvaranje dodatne vrijednosti za kupca kroz sinergiju marketinga, operacija i logistike*	*Osposobljenost za kreiranje integralnog, investicijski spremnog biznis plana koji detaljno razrađuje marketinške operativne, kadrovske i finansijske aspekte novog poduhvata*	*Sposobnost prepoznavanja, evaluacije i validacije inovativnih poslovnih ideja i tržišnih prilika, uz procjenu njihove tehničke i izvodljivosti i ekonomske isplativosti*	*Upravljanje životnim ciklusom preduzeća, od osnivanja do zrelosti, uz primjenu adekvatnih strategija promjena restrukturiranja specifičnih za svaku razvojnu fazu organizacije*	*Razumijevanje mehanizama finansiranja preduzetničkih poduhvata i sposobnost izrade projekcija novčanih tokova i analize profitabilnosti*	*Sposobnost identifikacije strateških partnera i dizajniranja različitih oblika strateških alijansi u svrhu podjele rizika i ulaska na nova tržišta*	*Vještine upravljanja dinamikom odnosa u strateškim alijansama, uključujući uspostavljanje povjerenja, transfer znanja između partnera i prevazilaženje konflikata interesa*	*Sveobuhvatno razumijevanje uticaja nacionalne kulture na poslovne prakse, stilove vođenja i organizaciono ponašanje u međunarodnom okruženju*	*Razvijena interkulturalna inteligencija i sposobnost efikasnog komuniciranja, pregovaranja i vođenja timova u multikulturalnom kontekstu*	*Sposobnost konceptualnog razumijevanje poslovne strategije, te razlikovanje naučnog od pseudonaučnog pristupa te analizu strategije kroz prizmu realizmi i antirealizma.*	*Sposobnost razumijevanja složenog, polifonog konteksta u kojem strategija nastaje, prepoznavajući uticaj postmodernizma, važnih simbola i strateških trendzija na formiranje višeznačnih korporativnih narativa*	*Sposobnost za postavljanje teorijskog i praktičnog okvira strategije koji balansira između logičkog planiranja i kreativnog promišljanja, integrirajući osmišljene i izvanjajuće strategije u jedinstven transnarativ organizacije*	*Sposobnost segmentacije tržišta i definisanja strategije pozicioniranja brenda/proizvoda, kreiranjem jedinstvene vrijednosne propozicije koja odgovara na specifične potrebe ciljnih grupa*	*Formulisanje kompleksnih marketing strategija (proizvod, cijena, distribucija, promocija) prilagođenih različitih tržišnim situacijama (ulazak na tržište, odbrana tržišnog udjela)*	*Analiza portfolio matrice proizvoda i donošenje odluka o alokaciji resursa na proizvode sa najvećim potencijalom rasta ili profitabilnosti*	*Razumijevanje strateške uloge digitalnog marketinga i e-poslovanja u savremenom preduzetništvu, te sposobnost integracije online i tradicionalnih kanala prodaje i komunikacije*	*Sposobnost dizajniranja fleksibilnih organizacionih struktura koje podržavaju strategiju preduzeća, potiču inovativnost i omogućavaju brzu adaptaciju na promjene u okruženju*	*Primjena savremenih metoda upravljanja ljudskim resursima (HRM) u specifičnim kontekstima kao što su brzorastuća preduzeća, virtuelni timovi i međunarodne alijanse*	*Vođenje procesa upravljanja promjenama unutar organizacije, uz minimiziranje otpora zaposlenih i izgradnju korporativne kulture koja podržava učenje i razvoj*	*Sposobnost planiranja i vođenja procesa promjene organizacijske kulture, uz razumijevanje otpora i psiholoških prepreka kod zaposlenih*	*Etičko rasuđivanje i primjena principa društvene odgovornosti u strateškom odlučivanju, uzimajući u obzir interese svih stakeholdera i održivi razvoj*	*uSposobnost izrade kompleksnog metodološkog dizajna istraživanja, uključujući razlikovanje i operacionalizaciju latentnih i manifestnih varijabli, te odabir adekvatnih instrumenata mjerenja*	*Samostalna primjena softverskih paketa za izradu i upravljanje bazama podataka, provođenje statističkih testova i generisanje grafičkih prikaza rezultata istraživanja*	*Sposobnost sinteze i interpretacije rezultata istraživanja te pisanja izvještaja prema akademskim standardima referentnih publikacija i metodologiji izrade magistarskog rada*	*Sposobnost definisanja ciljne populacije i odabira odgovarajuće metode uzorkovanja, te samostalno prikupljanje primarnih i sekundarnih podataka za daljnju statističku obradu*	*Sposobnost izračuna i interpretacije savremenih mjerila performansi te njihovo suprastavljanje tradicionalnim mjerilima*	*Razumijevanje koncepta troška kapitala i sposobnost upravljanja strukturom kapitala s ciljem minimizacije troškova finansiranja i maksimizacije vrijednosti za dioničare*	*Vještina kreiranja kompenzacijskih paketa za menadžment kaji povezuju ličnu primanja sa ostvarenom ekonomskom dobiti i dugoročnim rastom vrijednosti preduzeća*	*Sposobnost kritičke analize i upravljanja "trade-off" situacijama između maksimizacije bogatsva vlasnika i zadovoljenja interesa ostalih interesnih grupa*	*Sposobnost procjene uticaja spajanja, preuzimanja i korporativnog restrukturiranja na fundamentalnu vrijednost organizacije*	*Sposobnost identifikacije i analize širih prepostavki, vjerovanja, simbola i priča koji čine "kolektivni um" i kulturu jedne organizacije*	*Sposobnost procjene "kulturnog sklada" i osiguranja da organizacijska kultura podržava, a ne sabotira poslovnu strategiju*	*Razumijevanje uloge lidera/osnivača u stvaranju, održavanju i mijenjanju kulture, te sposobnost primjene liderskih stilova koji oblikuju željene kulturne obrasce*	*Sposobnost razlikovanja uticaja šireg društvenog konteksta (nacionalne kulture) na interne organizacijske vrijednosti i prakse menadžmenta*
Primijenjene kvantitativne i kvalitativne metode u ekonomiji																							x	x	x	x											
Poslovna strategija	x	x	x	x		x	x		x	x			x	x	x	x				x		x		x													
Poduzetnički menadžment	x	x	x		x	x	x	x	x								x	x		x	x	x	x														
Strateške alijanse			x	x					x	x	x	x							x		x				x												
Kroskulturalni menadžment										x	x	x								x	x	x			x												
IZBORNI PREDMETI																																					
Marketing strategija	x	x	x	x		x	x		x								x	x	x	x																	
Menadžment zasnovan na vrijednosti	x	x	x	x	x	x	x	x	x												x			x		x	x	x	x	x							
Razumijevanje biznisa	x	x	x	x	x	x		x									x		x	x	x			x													
Organizacijska kultura		x				x	x			x	x	x								x	x	x	x	x								x	x	x	x		