



КЊИГА ПРЕДМЕТА

Студијски програм: Пословна изузетност и организација

Врста студија: основне академске студије

Датум акредитације студијског програма: 19.03.2024.

Студијски програм: PIZПословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Економија			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Упознавање са економским начином размишљања, што подразумева упознавање са појмовима, категоријама и основним принципима и методама економске науке; стицање фундаменталних економских знања која имају за циљ успешно разумевање стања и тенденција у светској привреди. Такође, циљ је да се студенти упознају са начинима избора између различитих алтернатива привредно-економског развоја; упознавање са значајем институционалних оквира, законитостима њихових промена и међузависности институционалне инфраструктуре и економске ефикасности; упознавање са тржишном логиком: ефикасношћу и манама тржишта као и улогом државе у креирању привредног амбијента.			
Исход предмета			
Овладавање фундаменталним економским знањима у циљу савладавања програма кључних економских дисциплина; коришћење економско-теоријског инструментаријума за моделирање и анализу конкретних економских проблема; стицање знања и вештина неопходних за обављање високостручних, управљачких и аналитичких послова на макро и микро нивоу; стицање знања и вештина које представљају квалитетну основу за ангажовање на пословима фундаменталних, развојних и примењених истраживања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Развој економске мисли кроз историју; економија као наука – основни принципи и модели; апсолутне и компаративне предности; тражња и понуда; трошкови, приход и профит; тржиште фактора производње; основне функције тржишта; теорије игара у економији; финансијска тржишта и посредници; макроекономски агрегати; монетарна и фискална политика; макроекономски модели; платни биланс; девизни курс; међународно економско окружење.			
Практична настава			
Студијски истраживачки рад, дискусије, решавање теоријских и практичних проблема, обрада података и анализа добијених резултата и други облици наставе.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Филиповић, С., Економија , Београд: Универзитет Сингидунум, 2021.			
2. Китановић, Д., Голубовић, Н., Петровић, Д., <i>Основи економије</i> , Ниш: Економски факултет, 2018.			
Допунска литература:			
1. Манкју, Г., Марк, Т., <i>Економија</i> , Београд: Дата Статус, 2008.			
2. Серјевић, В., Основи економије , Ниш: СКЦ, 2010.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, презентације, консултације, стручне групе, анализа студије случаја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Менаџмент			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Овај предмет има за циљ да упозна студенте са улогама и функцијама менаџера, али и да развије свесност студената о организацији, потреби и природи управљања у савременом пословном окружењу. Циљ предмета је и да омогући студентима да истраже еволуцију теорије менаџмента, организационог окружења пословања у складу са начелима корпоративне друштвене одговорности и етике, као и да разумеју важност менаџерских вештина и знања неопходних за вођење савремених организација. Такође, циљ предмета је да се студентима пружи могућност да детаљно истраже и проуче четири основне функције менаџмента: планирање, организовање, вођење и контролу.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: разумеју и објасне улогу менаџера у постизању успеха својих организација; анализирају кључне елементе организационог успеха, узимајући у обзир екстерно окружење, али и способности саме организације; разумеју и објасне основне менаџерске функције и да, користећи знања стечена на овом предмету, донесу праве пословне одлуке и да их спроведу у живот организације.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Менаџмент некада и сада. Менаџерска етика у новој економији. Одговорна пословна комуникација. Планирање, стратегија и конкурентска предност. Одлучивање, учење, иновација. Управљање променама. Организовање. Менаџмент људских ресурса. Ефикасно управљање тимовима. Нови приступи мотивацији. Лидерство и лидери. Контрола. Трендови у теорији и пракси менаџмента.			
Практична настава			
Решавање симулираних пословних ситуација из менаџмента кроз примену и анализу основних функција менаџмента; анализа студија случаја из менаџерске праксе успешних светских и домаћих мултинационалних компанија; анализа пословних одлука и процена предложених решења кроз групни рад, презентације и групну дискусију.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Williams, С., <i>Принципи менаџмента</i> , Београд: Дата Статус, 2011.			
2. Ђурићин, Д, Каличанин, Ђ., Лончар, Д., Вуксановић Херцег, И., <i>Менаџмент и стратегија</i> , Београд: Економски факултет, 2021.			
Допунска литература:			
1. Robbins S., Coulter M., <i>Management</i> , 15th Edition, Pearson, 2021.			
2. Машић Б., Бабић, Л., Ђорђевић-Бољановић, Ј., Добријевић, Г., Веселиновић, С., <i>Менаџмент: Принципи, концепти и процеси</i> , Београд: Универзитет Сингидунум, 2010.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа, рад у пословном софтверу.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: ОАС Пословна изузетност и организација			
Назив предмета: Увод у психологију			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета Основни циљ предмета је упознавање са историјским развојем психолошких идеја до формирања психологије као самосталне науке кроз разматрање релевантних филозофских становишта; увиђање значаја праваца филозофског мишљења (рационализма, емпиризма) и развоја емпиријских метода кроз историју науке за појаву и развој психологије; упознавање са раним периодом развоја психологије као самосталне науке, као и са психолошким системима на почетку 20. века; упознавање са прегледом актуелних психолошких теоријских и емпиријских питања.			
Исход предмета Разумевање филозофско-историјских корена савремене психологије и разумевање психологије као савремене самосталне науке у актуелном систему наука.			
Садржај предмета Теоријска настава Историјски развој психолошких идеја од античке Грчке до 19. века, настанак психологије у 19. веку, настанак психолошких школа почетком 20. века, психолошки правци истраживања у другој половини 20. века; савремена психологија. Практична настава Разрада и демонстрација тема обрађених на предавањима.			
Литература Радоњић, С. (1988). Увод у психологију. Завод за уџбенике и наставна средства. Кораћ, Ж. (2008). Школе и системи у психологији. Досије.			
Број часова активне наставе: 3 Теоријска настава: 2 Практична настава: 1			
Методе извођења наставе: предавања, семинарски рад, јавна презентација радова			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5		
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијуми (2)	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Математика 1			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов:			
Циљ предмета			
Предмет омогућава разумевање кључних математичких појмова из области анализе и економске математике, уз њихову конкретну примену у менаџменту. Фокус је на повезивању математичких концепата, развоју апстрактног мишљења и основним облицима математичког доказивања. Обухвата представљање и интерпретацију садржаја који се тичу појма броја, уводних појмова из алгебарских структура, основа линеарне алгебре и аналитичке геометрије, као и диференцијалног рачуна функција једне реалне променљиве, прилагођено потребама менаџера.			
Исход предмета			
Студенти ће користити и примењивати матрични рачун и диференцијални рачун функција једне променљиве, који спадају у основне алате моделирања организационо-менаџерских система.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
У теоријској настави обрађују се уводни појмови и основне алгебарске структуре. Изучава се појам функције, вектора и векторског простора. Обрађују се матрице, њихове операције, ранг и инверзна матрица. Анализирају се системи линеарних једначина уз примену теорема и Гаусовог алгоритма. Разматрају се једначине праве и равни у простору. Уче се појмови низова и критеријуми конвергенције. Детаљно се обрађује појам реалне функције једне променљиве. Изучава се гранична вредност и непрекидност функције. Објашњава се први извод функције и његова примена. Обрађују се диференцијали различитог реда и примене. Изводе се основне теореме диференцијалног рачуна и Тејлорова формула. Анализира се појам екстремума уз услове за његово постојање. Обрађује се конвексност криве, превојне тачке и асимптоте.			
Практична настава			
Практична настава обухвата рад са релацијама, алгебарским структурама и функцијама.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Ђорић, Д., Лазовић, Р., <i>Математика 1</i> , ФОН, Београд, 2012.			
2. Жижовић М., Николић О. Костић Ковачевић И., Квантитативне методе са збирком задатака , Универзитет Сингидунум, Београд, 2020.			
3. Жижовић М., Николић О., Квантитативне методе , Универзитет Сингидунум, Београд, 2010.			
Допунска литература:			
1. Михић, О., Балтић, В., Боричић, М., <i>Методичка збирка решених задатака из Математике 1</i> , ФОН, Београд, 2013.			
2. Тошић, Д., Албијанић, М, Миленковић,Д., <i>Елементи диференцијалног и интегралног рачуна</i> , Службени гласник, Београд, 2012.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Креативност и психологија			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов:			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти стекну основна знања теоријама и моделима људске креативности као и о методама стимулације и евалуације креативности индивидуе. Специфични циљеви односе се на упознавање студената са методама подстицања кретивности који представљају темељ за креирање доживљаја, и тако пружити могућност личног развоја за унапређење квалитета живота и стваралачког потенцијала.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти треба да познају терминологију која се користи у истраживању креативности; да буду оспособљени да одреде главне критеријуме креативне активности и процене индивидуалну креативност користећи различите методе, познају основне теорије и моделе креативности; примене знања о методама стимулације човека као индивидуе.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Дефинисање креативности. Критеријуми креативних активности. Типови и аспекти креативности. Вербална и невербална креативност. Групна и индивидуална креативност. Креативност у различитим аспектима људске активности. Класификације теорија и модела креативности. Класификација студија о креативности. Когинтивни аспекти креативности. Креативна индивидуа. Социјални, културни и економски аспекти креативности. Мерење индивидуалне креативности. Стимулација креативности.			
Практична настава			
Разрада и демонстрација тема из теоријске наставе.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Шкорц, Б., <i>Креативност у интеракцији – психологија стваралаштва</i> , Београд: Мостарт Југославија, 2018.			
2. Мандић, Т., Ристић, И., <i>Психологија креативности</i> , Београд: ФДУ, 2014.			
Допунска литература:			
1. Де Боно, Е., <i>Де Бонов течај размишљања – моћни алати за преобразбу начина размишљања</i> , Загреб: Наклада Вебле, 2008.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа, радионице у функцији подстицања креативности.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Енглески језик 1			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов:нема			
Циљ предмета			
Развитак знања језика и вештина у споразумевању, развитак све четири језичке вештине: говора, разумевања прочитаног, разумевања слушаног и писања. Упознавање пословне терминологије и споразумевање у пословном језику. Омогућавање самосталног комуницирања са различитим пословним партнерима.			
Исход предмета			
Студент развија способност и вештине примене знања усмене и писмене пословне комуникације на енглеском језику и оспособљава се за разумевање и општу употребу енглеског језика у разним доменима пословања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Кратак преглед времена у енглеском језику, Globalisation – advantages and disadvantage, Brands, Travel, Advertising, Employment, Trade.			
Практична настава			
Компарација придева, одговор на поруку, телефонирање; Давање препорука, неформални састанци; Бројиве и небројиве именице, прављење аранжмана телефоном, е-маил; Чланови, израда презентација, управљање жалбама; Искуства у запошљавању, управљање састанцима; Преговори, кондиционалне реченице, поруке.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Петровић, И.: Енглескијезик I – нижиниво, студијскоградиво, Међународнавишестручнашколазапредузетништво, Београд, 2006.			
2. Brook Hart, G.: Business benchmark / upper intermediate, Cambridge, 2006.			
3. Cotton, D. at al.: Market Leader Practice File - Intermediate Business English, Longman, 2003.			
Допунска литература:			
1. Murphy, R.: Essential Grammar in Use, Cambridge University Press, Cambridge, 2002			
2. Sweeney, S.: Communicating in Business, Cambridge University Press, Cambridge, 2004.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
Практична настава: 0			
Методѐ извођења наставе			
Интерактивна предавања и вежбе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	
активност у току предавања		10	
практична настава		усмени испит	
колоквијум-и		60	
			

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Немачки језик 1			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета Немачки језик 1је усвајање вештина у коришћењу немачког језика на нивоу А1 према Заједничком европском референтном оквиру за живе језике. Акценат је на равноправном развијању све четири вештине: усменог и писменог разумевања, усменог и писаног изражавања.			
Исход предмета			
Овај курс треба да оспособи студенте за основну комуникацију, размену информација једноставним језиком у свакодневним ситуацијама и саопштавање основних потреба. Након завршеног нивоа А1 студент може да: представи себе и друге, опише садашње активности, свакодневне обавезе и навике, објасни шта воли а шта не воли од јела и пића, позове некога на догађај (нпр. у позориште, биоскоп, на утакмицу, рођендан), опише своју породицу.			
Садржај предмета			
Теоријска настава:			
Глаголи <i>sein</i> и <i>haben</i> . Презент правилних глагола. Личне заменице. Ред речи у реченици. Постављање питања. Одређени и неодређени члан у номинативу. Глаголи са раздвојивим префиксом. Негација глагола и именице. Презент неправилних глагола. Сложенице. Презент глагола са раздвојивим префиксом. Одређени и неодређени члан у номинативу и акузативу. Правила за грађење множине именица. Негација именице у акузативу. Модални глаголи. Присвојне заменице. Датуми и редни бројеви. Претерит глагола <i>sein</i> и <i>haben</i> .			
Практична настава:			
Абецеда и гласови немачког језика. Поздрављање приликом сусрета и на расстанку. Представљање. Записивање имена. Лични подаци. Бројеви до милион. Предмети у кући. Разумевање огласа. Куповина и понуда роба и услуга. Распитивање о тачном времену. Саопштавање тачног времена. Хоби и активности у слободно време. Дани у недељи. Свакодневница. Распоред дневних активности. Оброци у току дана. Храна и пиће. Одлазак у ресторан. Породични односи. Годишња доба и месеци. Прослава рођендана. Писање позивнице.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Уџбеник и радна свеска: Köker, C. Lemke, L. Rohrmann, T.Schering: <i>BerlinerPlatz 1 neu</i> , Langenscheidt, Berlin, 2010.			
Допунска литература:			
1. Dreyer/Schmitt: <i>Lehr- undÜbungsbuch der deutschen Grammatik</i>			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 0	
Методе извођења наставе			
Интерактивна настава, предавања и вежбе, гејмификовано и колаборационоучење, провере језичких вештина, тестови,колоквијуми, писани и усмени деоиспита.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	
			поена

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Основи менаџмента људских потенцијала			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да се студенти упознају са људским потенцијалима као суштинском компонентом успеха савремених организација, као и да дефинишу теоријски и практични оквир неопходан за разумевање политика, техника и алата у менаџменту људским потенцијалима. Циљ предмета је, такође, да студенти овладају свим фазама процеса управљања људским потенцијалима, од планирања људских ресурса, запошљавања, селекције, оцене учинка, одређивања надокнада и бенефиција, па до обуке и развоја запослених и да сагледају и разумеју њихову међусобну повезаност и условљеност у динамичном и променљивом пословном окружењу.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: објасне значај људских потенцијала у савременом пословном окружењу; правилно тумаче и интерпретирају кључне појмове у вези са менаџментом људских потенцијала; објасне историјски развој и улогу коју менаџмент људских потенцијала има у организацији; објасне и интерпретирају различите фазе у процесу управљања људским потенцијалима и идентификују трендове у развоју менаџмента људских потенцијала.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Значај људских потенцијали у условима глобализације и економије знања. Менаџмент људских потенцијала – појам, улога, историјски развој. Планирање људских потенцијала и талент менаџмент. Регрутовање и селекција. Обука и развој запослених. Развој каријере. Оцена учинка и утврђивање надокнаде. Компензације и бенефиције. Задовољство послом и баланс између посла и живота. Флексибилно радно окружење и искуство запослених. Нови приступи у мотивацији запослених. Трендови у развоју менаџмента људских потенцијала.			
Практична настава			
Анализа студија случаја из праксе менаџмента људских потенцијала; примена принципа и техника менаџмента људских потенцијала кроз вежбе и решавање реалних проблема; примена критичког мишљења у анализи конкретних пословних ситуација; креирање планова људских потенцијала; анализа и примена метода регрутовања и селекције наспрам конкретно постављеног задатка; креирање програма обуке за одређену пословну ситуацију и евалуација добијених решења кроз групни рад, презентације и групну дискусију.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Ђорђевић Бољановић, Ј. (2022) Менаџмент људских ресурса (2. издање), Београд: Универзитет Сингидунум.			
Допунска литература:			
1. Јошанов Врговић, И. (2020) Менаџмент људских потенцијала, електронско издање, Београд: Висока пословна школа струковних студија.			
2. Богићевић Миликић, Б. (2020) Увод у менаџмент људских ресурса, Београд: Економски факултет.			
3. Ђорђевић Бољановић, Ј., Павић, Ж. (2011) Основе менаџмента људских ресурса, Београд: Универзитет Сингидунум.			
4. Verhulst, S. L., DeCenzo, D. A. (2022) Fundamentals of Human Resource Management, 14th Edition, Wiley			
5. Noe, R., Hollenbeck, J., et al. (2021) Fundamentals of Human Resource Management, McGrawHill			
6. Деслер, Г. (2007) Основи менаџмента људских ресурса, Београд: Дата статус.			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 1	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	
			30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (OAC)			
Назив предмета: Маркетинг			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Основни циљ је да се студенту помогне у разумевању и прихватању маркетинга као пословне дисциплине неопходне за успешно функционисање организације у модерном свету тржишне привреде. Такође, циљеви предмета односе се на разумевање улоге, значаја и етичких аспеката маркетинга у пословању савремених организација и функционисању привреде као и примену алата, техника и концепата маркетинга у пословању.			
Исход предмета			
Кроз теоријску и практичну наставу студенти ће бити у могућности да:			
• дефинишу основне маркетиншке појмове; • разумеју, опишу и примене алате, технике и концепте маркетинга; • утврде начине прикупљања података и предвиђања тражње у функцији истраживања тржишта; • објасне начине креирања вредности и понашања финалних потрошача и осталих <i>стејкхолдера</i>; • да се упозна са применом маркетинга у пословању, али и применом у разним областима свакодневног живота и рада људи; • повежу елементе маркетинг микса у функцији креирања вредности за потрошаче; • да схвати ширину маркетинга и начин његове употребе од стране менаџмента организације; • да разуме захтеве и потребе потрошача на којима почива свака пословна стратегија; • примењују стечена знања и вештине поштујући маркетиншку етику и постулате друштвено одговорног пословања; • да је у могућности да маркетиншки размишљају о сталним променама у савременим условима глобализације тржишта и снажне конкуренције у свим подручјима пословања; да схвати улогу ИТ технологије у савременом маркетингу.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Маркетинг концепт; Креирање вредности и развој дугорочних односа; Анализа маркетиншког окружења; Управљањемаркетингом у предузећу; Прикупљање информација и предвиђање тражње; Понашање финалних потрошача при куповини ипотрошњи производа и услуга; Понашање пословних купаца; Сегментација, избор циљног тржишта и позиционирање; Креирањевредности путем производа, услуга и брендова; Развој нових производа и управљање животним циклусом производа;Одређивање цена; Канали маркетинга; Интегрисане маркетиншке комуникације; Директни, онлајн, мобилни, маркетинг путемдруштвених мрежа и други савремени облици маркетинга.			
Практична настава			
Студије случаја; Конципирање и примена маркетиншког плана, укључујући оглашавање, личну продају, публицитет, објављивање брошура и многих других елемената који доприносе побољшању продаје; Дискусије, појединачни и групни рад студената на решавању примера из праксе и презентацијерешења; Различити начини провере знања; Анализа маркетиншке праксе у Србији и окружењу; Остали видови рада.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Meler, M.: Osnovemarketinga, Ekonomskifakultet, Osijek, 2005. 2. Lamb., C., Hair, J., McDaniel, C.: <i>Marketing</i>, Datastatus, 2013. 3. Филиповић, Ј.: Интернет маркетинг, Економски факултет, Београд, 2022.			
Допунска литература:			
1. Влаховић, Б.: Маркетинг, Пољопривредни факултет, Нови Сад., 2017. 2. Стојановић, В.: Маркетинг – менаџмент истраживања, друго издање, Бања Лука, 2018. 3. Котлер, Ф.:<i>Маркетингменаџмент</i>. 12. издање. Београд: ДатаСтатус, 2006.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Интерактивна предавања и вежбе;примена мултимедијалних средстава иактивно учешће студената у реализацији наставног процеса.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Финансијско рачуноводство			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Стицање знања и вештина из области финансијског рачуноводства, рачуноводствено обухватање средстава, обавеза, капитала, расхода и прихода, и састављање основних финансијских извештаја – биланса стања и биланса успеха. Оспособљавање студената да оцене економске последице пословних активности, како би се задовољиле потребе инвеститора, кредитора и осталих <i>стејкхолдера</i> ради доношења одговарајућих пословних одлука. Развијање свести код студената о поштовању постулата принципа професионалне рачуноводствене етике.			
Исход предмета			
Студент ће бити оспособљен да води пословне књиге, саставља финансијске извештаје, припреми рачуноводствене информације о финансијском положају, успешности пословања и променама финансијског положаја за потребе заинтересованих <i>стејкхолдера</i> . Такође, студент ће бити оспособљен да примени захтеве рачуноводствених начела, утврди периодични резултат према захтевима метода трошкова укупних учинака и метода трошкова продатих учинака, процени утицај и значај законске и професионалне регулативе на квалитет финансијско рачуноводствених информација.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Рачуноводствени систем и систем двојногкњиговодства, рачуноводствена начела, утицај економских промена на рачуноводствене категорије, глобална књиговодствена процедура, принципи уредног књиговодства, пословни циклус и књиговодство, једнообразно књиговодство, концептивредновања имовине, обавеза и сопственог капитала; Примена захтева рачуноводствене теорије и МСФИ у поступкуевидентирања пословних догађаја, карактеристичних за уобичајени пословни циклус, и презентовања њиховог утицаја на имовински и приносни положај ентитета; Карактеристике Пореза на додату вредност; Законска и професионална регулатива финансијског извештавања у Републици Србији; Професионална етика рачуновођа и процес финансијског извештавања.			
Практична настава			
Књиговодствено обухватање пословних промена и састављање финансијских извештаја.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Шкарић Јовановић, К., <i>Финансијско рачуноводство</i> , Београд: Економски факултет, 2018.			
2. Петровић, З., Вићентијевић, К., Станишић, Н., Рачуноводство , Београд: Универзитет Сингидунум, 2022.			
Допунска литература:			
1. Петровић, З., Управљачко рачуноводство , Београд: Универзитет Сингидунум, 2017.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
усмено излагање, илустрације карактеристичним примерима, дискусија, решавање методолошких задатака и студија случајева, усмено излагање одређених садржаја од стране студената, семинарски радови.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	
активност у току предавања		10	
практична настава		успит	
колоквијум-и		60	
семинар-и			

Студијски програм: РИЗ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Математика 2 са статистиком			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Предмет обухвата приказ и тумачење математичких садржаја из диференцијалног рачуна функција више променљивих. Посебна пажња посвећена је интегралном рачуну функција једне и више променљивих. Садржаји су прилагођени потребама и компетенцијама менаџерског профила. Упознавање студента: сао сновним статистичким појмовима, конструктима и операторима који секористе у психологији; састатистичким начином мишљења неопходним за разумевање психичких појава и процеса. Оспособљавање студента: за одабир метода једноставне (биваријатне) статистичке обраде; за употребу рачунарских програма за статистичке обраде података.			
Исход предмета			
Студенти ће усвајати и примењивати знања из диференцијалног рачуна функција више променљивих и интегралног рачуна функција једне и више променљивих. Ове математичке методе представљају основне алате за моделирање организационих и техничких система.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Дескриптивна статистика. Примена рачунара у основној статистици. Статистичко закључивање. Значајност разлика међу аритметичким срединама. Основни непараметарски статистички тестови: разлике међу пропорцијама; хи-квадраттест. Повезаност варијабли и коефицијентикорелације. Једносмернаанализаваријансе. Двосмерна (вишесмерна) анализа варијансе. Вишеструка регресијска анализа. Експлоративнаанализа (визуализација). Теоријска настава. Појам функције више променљивих. Гранична вредност и непрекидност. Парцијални изводи. Тотални диференцијал. Диференцијабилност. Егзистенција имплицитне функције. Елементи теорије поља. Извод у датом смеру и градијент. Тејлорова формула. Неопходни и довољни услови за безусловни екстремум. Неопходни и довољни услови за условни екстремум. Одређени и неодређени интеграл. Методе смене и парцијалне интеграције. Интеграција рационалних и неких класа ирационалних функција. Примене интегралног рачуна. Несвојствени интеграл. Двојни и тројни интеграл. Бесконачни бројни редови. Степени редови.			
Практична настава			
Увежбавање статистичких техника на конкретним примерима. Примери функција више променљивих. Парцијални изводи. Изводи имплицитно задатих функција. Извод у смеру и градијент. Тејлорова формула. Проблем безусловног екстремума. Проблем условног екстремума. Израчунавање одређеног интеграла. Методе интеграције. Интеграција рационалних и неких класа ирационалних функција. Примене интегралног рачуна. Двојни и тројни интеграл.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Стојановић, М., Stojanović, М., Мухић, О., & Милић, О. (2019). Математика 2 (стр. 310 стр.). Факултет организационих наука.			
2. Petz, В. (2004). Osnovne statističke metode za nematematičare. Naklada Slap.			
Допунска литература:			
1. Тодорчевић, В., Todorčević, V., Џамић, Д., Džamić, D., Младеновић, Н., Mladenović, N., Николић, Н. Т., & Nikolić, N. Т. (2016). Математика 2: збирка задатака (стр. 229 стр.). Факултет организационих наука.			
2. Guilford, J. P. (1968). Osnovi pedagoške i psihološke statistike. Savremena administracija.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: предавања, семинарски рад, јавна презентација радова			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
поена			
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
Колоквијуми		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Енглески језик 2			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов:положен Енглески језик 1			
Циљ предмета			
Развитак знања језика и вештина у споразумевању, развитак све четири језичке вештине: говора, разумевања прочитаног, разумевања слушаног и писања. Упознавање пословне терминологије и споразумевање у пословном језику. Омогућавање самосталног комуницирања са различитим пословним партнерима.			
Исход предмета			
Студент развија способност и вештине примене знања усмене и писмене пословне комуникације на енглеском језику и оспособљава се за разумевање и општу употребу енглеског језика у разним доменима пословања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Innovation, Organisation, socialising, Money,Ethics, Cultures,Leadership, Competition,Quality.			
Практична настава			
Врсте предузећа, пасив; Управљање конфликтима, представљање производа/услуга које компанија нуди			
Писање извештаја; Модални глаголи, писање факсова; Радне биографије и пропратна писма, релативне реченице; Футур,Прилози, телефонске жалбе.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Murphy, R.: <i>Essential Grammar in Use</i> , Cambridge University Press, Cambridge, 2002.			
Допунска литература:			
1. Littlejohn, A.: <i>Company to Company</i> , Cambridge University Press, Cambridge, 2005.			
2. Vince, M.: <i>First Certificate Language Practice</i> , Heinemann, 1990.			
3. Sweeney, S.: <i>Communicating in Business</i> , Cambridge University Press, Cambridge, 2004.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Немачки језик 2			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: положен предмет Немачки језик 1			
Циљ предмета			
Упознавање са релевантном лексиком и структурама, као и културолошким аспектима немачког језика на бази писаних и аудитивних текстова који се односе како на приватно тако и на пословно окружење, у циљу овладавања вештинама писања, усменог излагања и основне пословне комуникације и кореспонденције на немачком језику.			
Исход предмета			
Читање и слушање: Студенти могу да разумеју једноставне информације у оквиру познате области или ознаке и једноставније књиге и извештаје о познатим темама.			
Говор: Студенти могу да искажу једноставне ставове или захтеве у познатом контексту.			
Писање: Студенти могу да пишу кратка писма која садрже личне информације и једноставне пословне дописе. (Ниво А2+ према скали нивоа „Заједничког европског оквира“.)			
Садржај предмета			
Текстови, вежбања и задаци, који су репрезентативни за поједине вештине, тематске целине и језичке структуре: становање (перфект, везници), радно место (модални глаголи), здравље (присвојне заменице)одећа (показне заменице, компарација), славаља и обичаји (присвојне заменице, модални глаголи у претериту), школовање (футур), слободно време и тражење посла (деклинација придева, односне реченице)			
Теоријска настава			
Будући да се немачки као страни језик учи и подучава на принципима интерактивне наставе, упознавање са лексичком и граматичком грађом као условно речено теоријским делом предмета се већином одвија путем активности у којима студенти те феномене откривају што је могуће више самостално и на основу примера.			
Практична настава			
У складу са циљем и исходима предмета који су базирани на активној употреби језика, настава немачког као страног језика се базира на интерактивном увежбавању језичких вештина у оквиру активности читања, слушања, писања и говора у комуникативним ситуацијама које симулирају реалне ситуације.			
Литература			
Обавезна литература:			
[1]Група аутора, Berliner Platz 1, Langenscheidt KG, Berlinund München, 2009.			
[2]Група аутора, Berliner Platz 2, Langenscheidt KG, Berlinund München, 2009.			
Допунска литература:			
[1]Група аутора, Unternehmen Deutsch, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Настава је базирана на активној, комуникативној методи која узима у обзир и социокултуролошке аспекте учења страног језика и укључује предавања, вежбе, пројекте, колоквијуме и консултације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Економика пословања и планирање			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да омогући студентима стицање знања о значењу и значају савремених предузећа у оквиру тржишне привреде, затим, стицање знања о елементима улагања у репродукцију, њиховом трошењу исказаном преко утрошака и трошкова, о резултатима улагања, као и о факторима инвестирања. Предмет је посебно фокусиран на анализу елемената улагања у репродукцију, односно на фундаменталне карактеристике материјалних, финансијских и нематеријалних ресурса предузећа, као на базичне карактеристике трошкова који настају употребом тих ресурса. Образовни циљ је ширење знања о свим аспектима пословања савременог предузећа као и стицање специфичних знања и вештина које су неопходне за успешно управљање предузећем.			
Исход предмета			
Стицање знања и оспособљавање студената за примену економских принципа, метода и техника, у области улагања, с акцентом на управљање трошковима употребе ресурса, ради постизања успешних резултата пословања предузећа. Такође, студенти ће бити у прилици да развију способности за решавање конкретних, практичних проблема у функционисању предузећа ради постизања ефикасности и ефективности репродукције; објасне начине на који функционишу предузећа у тржишној привреди, опишу везу предузећа са његовим окружењем, оцене оправданост пословних одлука предузећа у различитим условима пословања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Предмет изучавања економике предузећа и однос са другим научним дисциплинама; Предузеће као облик организације привредне делатности; Средства и извори средстава предузећа; Анализа трошкова у динамици репродукције; Ангажовање средстава у функционисању предузећа; Економски резултати функционисања предузећа. Окружење предузећа. Ефикасност и ефективност, приходи и профит. Пословни циљеви.			
Практична настава			
Анализа студија случаја и презентовање семинарских и пројектних радова са темама обухваћеним теоријском наставом, као и учешће у решавању проблема конкретних предузећа.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Крстић, Б. & Кахровић, Е. (2020). <i>Економика предузећа</i> (2. изд.). Државни универзитет у Новом Пазару.			
2. Покрајчић, Д. (2022). <i>Економика предузећа: принципи и циљеви</i> (17. изд.). Центар за издавачку делатност Економског факултета.			
3. Пауновић, Б. (2022). <i>Економика предузећа: предузеће, окружење и улагања</i> (17. изд.). Центар за издавачку делатност Економског факултета.			
4. Милићевић, Д., Станчић, Д. (2003). <i>Економија</i> . Четврто и прерађено издање, Факултет организационих наука, Београд.			
Допунска литература:			
1. Надовеза, Б. & Пешић, Х. (2015) Економика предузећа . Европски универзитет у Брчком.			
2. Милићевић, В. & Илић, Б. (2014) <i>Економика пословања</i> . Факултет организационих наука Универзитета у Београду.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, анализа студије случаја, дискусија, презентације студената.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	
			30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Предузетништво и иновације			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са основним концептима предузетништва и карактеристикама предузетника. Објаснити предузетнички процес који је заснован на иновацији и који почиње идентификовањем идеја за нове пословне подухвате и њиховом евалуацијом, а завршава се оснивањем новог предузећа (организације), као и процес управљања пословањем тако основаног предузећа. То подразумева припремање студената за спровођење предузетничког процеса, који почиње идентификовањем идеја за нове пословне подухвате и њиховом евалуацијом, а завршава се оснивањем новог предузећа, али и оспособљавање студената за процес управљања пословањем тако основаног предузећа у различитим фазама животног циклуса. Предмет омогућава студентима да схвате значај предузетништва и иновација у свим облицима организације и друштва и да разумеју предузетништво као начин понашања и деловања. Студентистичу могућност да науче кључне принципе савременог предузетништва у економској теорији и пракси, као и да стекну основне вештине и компетенције креативног размишљања, проактивности, прихватања ризика, планирања и тражења прилика, тимског рада и претварања прилика и идеја у изводљиве предузетничке подухвате.			
Исход предмета			
Студенти ће стећи основна знања о начелима, принципима, стратегијама и концептима креирања пословних подухвата заснованих на иновацијама чија је реализација повезана са ризицима и неизвесношћу. Студенти ће бити оспособљени за проналажење иновативних решења у савременом пословању примењујући кључна знања из предузетничке економије о методама и техникама доношења пословних одлука применом савремених информационо-комуникационих технологија у вези са предузетничким подухватима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Улога предузетника и предузетништва у развоју националних економија. Предузетник и предузетништво. Допринос економских теоретичара развоју предузетништва. Глобални феномен предузетничке културе. Предузетништво и економски развој. Глобализација, дигитализација и предузетничко друштво. Врсте предузетништва. Стратегије уласка у предузетнички подухват. Креативни и предузетнички процес. <i>Startup</i> процес. Иновативни пословни модели. <i>Canvas</i> пословно моделирање (енгл. The Canvas). Линистартуп процес (енгл. <i>The Lean startup</i>). Препознавање прилика: од идеје до предузетничког подухвата – технике доласка до пословних идеја. Модели и форме финансијске подршке предузетничким подухватима у предузетничким <i>стартупима</i> . Креативност и предузетништво. Извори иновативности и комерцијализација иновација. Предузетничка оријентација и пословне перформансе. Меке иновације и креативна индустрија. Дигитализација и иновације. Предузетнички екосистем – појам и генеза настанка. Улога предузетничког образовања у развоју предузетничке културе. Институције предузетничке инфраструктуре.			
Практична настава			
Анализа студија случаја и презентовање семинарских и пројектних радова са темама обухваћеним теоријском наставом, као и учешће у решавању проблема конкретних предузећа. Симулација покретања бизниса заснованог на иновацијама.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Петковић, С., Предузетништво и иновације у дигиталној ери . Бања Лука: Универзитет у Бањој Луци, Економски факултет и Удружење економиста Републике Српске SWOT, 2021.			
2. Авлијаш, Р., Авлијаш, Г., Предузетништво , Београд: Универзитет Сингидунум, 2021.			
3. Галовић, Т., Увод у иновативност предузећа , Ријека: Свеучилиште у Риједи, Економски факултет, 2016.			
Допунска литература:			
1. Петковић, С., Милановић, М., Лабораторија идеја . Од идеје до предузетничког подухвата. Бања Лука: Универзитет у Бањој Луци, Економски факултет., 2017.			
2. Вујић, В., Подузетништво и иновативност у услужним делатностима , Опатија: Факултет за менаџмент у туризму и угоститељству, 2010.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, анализа студије случаја, дискусија, презентације студената.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Пословно право			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета Циљ предмета је да студента упозна са основним појмовима друштвене репродукције и макроекономије, са законитостима и појмовима привредног система, као и стратешко-развојним дешавањима у окружењу која су битна за предузеће.			
Исход предмета Студент: - шири и продубљује знање о привредном систему и привредној политици; - упознаје се са системом, основним чиниоцима, развојем и изворима статусног права - упознаје типологију привредних субјеката - упознаје прописе о радним односима и оспособљава се за њихову употребу у свом раду - оспособљава се за припрему једноставних уговора - оспособљава се за коришћење прописа у свом раду			
Садржај предмета Теоријска настава -Привредни систем и привредна политика -Привредна политика и српска привреда -Привредно право -Тржишно право -Привредно статусно право -Уговор у пословном свету -Осигуравање уговора -Одговорност у пословању -Прекршај и привредни преступи Практична настава -Преглед, анализа и тумачење уговора и уговорних односа у привреди и одређених закона и аката			
Литература Обавезна литература: 1. Никчевић, И., Марковић, В.: <u>Пословно право</u> , Универзитет Сингидунум, 2014. 2. Веселиновић, Ј.: <u>Привредно право</u> , Правни факултет, Нови Сад, 2017. 3. Марковић, В.: <u>Привредно-правна регулатива</u> , Универзитет Сингидунум, 2014. Допунска литература: 1. Костадиновић, Д.: <u>Основе привредног права</u> , ФТБ, Београд, 2006. 2. Кошач, К., Јеремић, Жарковић, Ј.: <u>Основе привредног права</u> , СА, Београд, 1990. 3. Frimerman, А.: <u>Пословно право</u> , Београд, 1997. 4. Friedl, А., Валич: <u>Привредно право</u> , СРУ, Љубљана, 2002.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
Практична настава: 2			
Методе извођења наставе Интерактивна предавања и вежбе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Пословно комуницирање и преговарање			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти унапреде своје комуникационе вештине и да разумеју значај развоја комуникационих стратегија у савременом пословном окружењу. Такође, циљ предмета је да студенти науче да своје идеје јасно и недвосмислено пренесу у одговарајући облик усмене или писане комуникације како би пренели одговарајућу поруку. Циљ предмета је и да студенти постану бољи слушаоци, што је важан аспект пословне комуникације. Такође, циљ предмета је да се студенти упознају са правилима и процесом пословног преговарања.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: процене своју публику како би јој пренели поруку на адекватан начин, примене вештине усмене и писане комуникације, идентификују и одаберу одговарајући медиј комуникације, активно слушају, успешно комуницирају са припадницима других култура и примене одговарајуће тактике, вештине и законитости пословног преговарања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Шта је ефикасна пословна комуникација? Форме, стилови и компоненте комуникације. Комуникација и информација. Нивои пословне комуникације. Основи успешне пословне комуникације. Активно слушање. Повратна информација. Интеркултурална комуникација Проблеми у комуникацији. Вештина утицаја. Појам и значај преговарања. Припрема преговарања. Приступ у преговарању.			
Практична настава			
Анализа конкретних примера из праксе успешнеи мање успешне пословне комуникације; анализа студија случаја; презентовање и увежбавање комуникационих вештина;; одабир и примена одговарајуће комуникационе стратегије и стратегије преговарања у конкретно постављеном проблему и пословној ситуацији и евалуација добијених решења кроз групни рад и презентације.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Ђорђевић Бољановић, Ј., Дражета, Л., Бабић, Л., Добријевић, Г. (2020) Развој каријере и пословних вештина , Универзитет Сингидунум, Београд			
Допунска литература:			
2. Добријевић, Г. (2021) Пословно комуницирање и преговарање , Универзитет Сингидунум, Београд			
3. Глигоријевић, М., Огњанов, Г. (2021) <i>Пословно преговарање</i> , Економски факултет, Универитет у Београду			
4. Bovee, C., Thill. J. (2021) <i>Business Communication Today</i> , Global Edition, 15 th Edition, Pearson			
5. Lehman, C. M., DuFrene, (2015) <i>Пословна комуникација</i> , превод, Дата статус, Београд			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава:3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Енглески језик 3			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: положен Енглески језик 2			
Циљ предмета			
Овај курс се природно надовезује на претходни, и даље припремајући студенте за рад у међународном пословном окружењу. У свакој наставној јединици се води рачуна да се постигну доленаведени циљеви предмета, тако што се настава и наставни материјал прилагођавају свакој групи студената, као и сваком студенту понаособ, како би се постигли жељени циљеви. При томе се воде рачуна о језичким професионалним и академским потребама студената, претходно стеченом знању, мотивацији студената, преференцијама и различитим начинима и стиливима учења карактеристичним за сваку групу, односно сваког појединачног студента.			
Исход предмета			
Предмет припрема студенте за сналажење у области финансија и људских ресурса. Студент ће бити способан да да статистичке и финансијске податке о компанији за коју ради, као и да представи правац инвестирања који компанија развија, те интересујући се за нове производе започне и нови бизнис.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Adjectives and adverbs; pronouns and reference words; <i>which/who/ that/ where</i> clauses; first and second conditionals; infinitive and <i>-ing</i> forms			
Практична настава			
Увежбавање све четири језичке вештине (вештине разумевања прочитаног текста, вештине разумевања говора, вештине писања и вештине говора) на нивоу B1+ Заједничког европског реферетног оквира за стране језике.			
Литература			
[1] <i>Business Benchmark, Pre-intermediate to Intermediate</i> , Student’s book, Norman Whitby, Cambridge University Press			
[2] <i>Business Benchmark, Pre-intermediate to Intermediate</i> , Personal Study Book, Norman Whitby, Cambridge University Press			
[3]бројна стручна литература, видео и аудио записи, <i>подкастови</i> , интерактивне вежбе, текстови доступни на интернету, а прилагођени језичком нивоу и потребама студената.			
[4] <i>TheOxfordEnglishDictionary</i> , OxfordUniversityPress			
[5]Онлајн речници као што су BusinessDictionary.com, Travel industry Dictionary, Webopedia (IT Business Dictionary), The Free Dictionary (for Banking)			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
Практична настава: 0			
Методе извођења наставе			
Предавања и вежбе, израда домаћих задатака и семестралних радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	писмени испит
практична настава		5	усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Немачки језик 3			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: положен предмет Немачки језик 2			
Циљ предмета			
Циљ предмета је припремање студената за пословну комуникацију у подручју струке. При томе сепосебан нагласак ставља на развој језичних вештина (слушања, говора, читања и писања), као иразвијање способности употребе немачког језика за сврхе струке, посебно способности читања ианализе изворних стручних текстова на немачком језику, укључујући њихова тумачења и превођења;увођење пословног вокабулара и граматичких структура карактеристичних за пословни језик струке.			
Исход предмета			
Применити граматичке структуре на немачком језику (зависно и независносложене реченице); Усвојити темељну пословну терминологију, превести сложенији стручни текст са немачког на српски језик; Применити граматичка правила у писаном и усменом облику (зависно сложенереченице, пасив); Разликовати врсте пословних писама, превести пословно писмо на српски језик, као и усвојити пословну терминологију.			
Садржај предмета			
Текстови, вежбања и задаци, који су репрезентативни за поједине вештине, тематске целине и језичке структуре; понављање градива из предмета Немачки језик 2.			
Независно сложене реченице, зависно сложене реченице, пасив – презент, футур, перфекат.			
Теоријска настава			
Будући да се немачки као страни језик учи и подучава на принципима интерактивне наставе, упознавање са лексичком и граматичком грађом као условно речено теоријским делом предмета се већином одвија путем активности у којима студенти те феномене откривају што је могуће више самостално и на основу примера.			
Практична настава			
У складу са циљем и исходима предмета који су базирани на активној употреби језика, настава немачког као страног језика се базира на интерактивном увежбавању језичких вештина у оквиру активности читања, слушања, писања и говора у комуникативним ситуацијама које симулирају реалне ситуације.			
Литература			
Обавезна литература:			
[1]Група аутора, Berliner Platz 1, Langenscheidt KG, Berlinund München, 2009.			
[2]Група аутора, Berliner Platz 2, Langenscheidt KG, Berlinund München, 2009.			
[3]Група аутора, Berliner Platz 3, Langenscheidt KG, Berlinund München, 2009.			
Допунска литература:			
[1]Група аутора, Unternehmen Deutsch, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Настава је базирана на активној, комуникативној методи која узима у обзир и социокултуролошке аспекте учења страног језика и укључује предавања, вежбе, пројекте, колоквијуме и консултације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (OAC)			
Назив предмета: Социјална психологија			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студент препозна и разуме бројне феномене који се јављају у међуљудској интеракцији и у унутаргрупним и међугрупним односима, као и да студенте упозна са социјалнопсихолошким приступом и објашњењима међуљудске комуникације, слике о различитим социјалним категоријама, те односа који се јављају унутар група и међу групама. Упознавање студената са историјским развојем социјалне психологије; основним теоријама социјалног понашања; основним постулатима социјалног учења, психологије групе и друштвеног понашања. Оспособљавање студената да анализирају и проучавају социјална збивања са становишта психолошких законитости и принципа; уочавају, анализирају, проучавају и коригују социјалне факторе психичких појава.			
Исход предмета			
Од студента се очекује да на крају курса буде способан да: разуме основне социјално-психолошке концепте и феномене; анализира социјална збивања са психолошког аспекта.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i> Социјална перцепција: тачност опажања и оцењивања особа; изражавање и препознавање емоција, теорије когнитивне конзистенције и когнитивне дисонанце; социјална категоризација; стереотипије; теорије атрибуције. Социјализација: процес социјализације - облици учења са нагласком на улогу социјалних фактора; извори и агенси социјализације; ефекти социјализације. Ставови: појам става, теорије ставова – вредности, уверења, предрасуде. Социјална интеракција: социјални односи – привлачење, алтруизам и агресивност. Психологија групе: основни концепти, врсте група, основна разарадна појмова групне структуре и групне динамике. <i>Практична настава</i> Разрада и демонстрација тема обрађених на теоријској настави. Семинарски радови.			
Литература			
<i>Обавезна литература:</i> 1. Рот, Н. (2006). <i>Основне социјалне психологије</i>. Завод за издавање уџбеника. 2. Čolović, M., Milošević, M. (2023). <i>Socijalnapsihologija</i> (1. izd., p. XIII, 521 стр.). Univerzitet Singidunum. <i>Допунска литература:</i> 3. Рот, Н. (1999). <i>Психологија група</i>. Завод за издавање уџбеника.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе: предавања, семинарски рад, јавна презентација радова			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: RIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Дигитално пословање и маркетинг			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенте уведе у моделе и концепте дигиталног пословања, да их научи како да се припремеза пословање на дигиталном тржишту, и како да примене одговарајуће моделе дигиталног пословања у оквирудигитализације пословања њихове организације (предузећа, компаније и сл.). Студент ће научити да креира и управља дигиталнимпословним активностима како би се испунили маркетиншки циљеви. Специфични циљеви су: идентификовати и одговорити на кључнапитања и теме у усвајању и примени дигиталног маркетинга на пословање; истражити тактичке и оперативне изазове са којимасе савремене организације суочавају у имплементацији дигиталних маркетиншких стратегија; развијање вештина у дигиталном маркетингу.			
Исход предмета			
Након савладавања предмета студент ће бити оспособљен да:			
- примени стечена напредна академска знања о теоријама, процесима и праксама у дигиталном пословању и маркетингу; - креира кампање дигиталног маркетинга; - решава сложене проблеме у пракси дигиталног пословања и маркетинга; - критички процени улогу дигиталног маркетинга у пословању савремених организација; - анализира имплементацију стратегије дигиталног маркетинга; - конципира и спроводи онлајн истраживања; - истражи и процењује проблеме у прилагођавању глобализованом променљивом тржишту; - анализира међукултурна и етичка питања на глобализованим дигиталним тржиштима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Еволуција бизниса. Дигитална економија и савремено пословање. Специфичности дигиталног пословања. Услови за развој дигиталног пословања. Појам дигиталног маркетинга. Веза дигиталног пословања и маркетинга. Концепти и технике дигиталног пословања. Дигитални модели. Дигитално искуство. План дигиталног маркетинга. Дигитална трансформација. Кампање дигиталног маркетинга.			
Практична настава			
Анализе студија случајева. Израда дигиталног модела пословања. Креирање дитигалне маркетинг стратегије. Конципирање и спровођење онлајн истраживања у функцији испуњења стратегија дигиталног маркетинга. Креирање дигиталног маркетинг плана.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Лазовић, В., Ђуричковић, Т., <u>Дигитална економија</u>, Цетиње: Обод, 2018. 2. Алчаковић, С., Ђорђевић, А, Савановић, Н., <u>Дигитални маркетинг</u>, Београд: Универзитет Сингидунум, 2021. 3. Рупчић, Н., <u>Стварање и развој иновативних пословних модела</u>, Ријека: Економски факултет Свеучилишта у Ријеци, 2022.			
Допунскалитература:			
1. Филиповић, Ј., <u>Дигитални маркетинг</u>, Београд: Економски факултет, 2021. 2. ISTHUB & USAID, <u>Приручник за креирање дигиталног пословног модела</u>, 2019.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава:3	
		Практична настава: 2	
Методe извођења наставе			
Предавања уз илустровање примерима из домаће праксе и видео материјалима; Анализе пословних случајева издомаће и међународне праксе; Симулације реалних ситуација из пословања у сектору дигиталног пословања и маркетинга;Студијске посете; Рад у најмодернијиммобилним апликацијама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: RIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Енглески језик 4			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: положен Енглески језик 3			
Циљ предмета Овај курс се природно надовезује на претходни, и даље припремајући студенте за рад у међународном пословном окружењу. У свакој наставној јединици се води рачуна да се постигну доленаведени циљеви предмета, тако што се настава и наставни материјал прилагођавају свакој групи студената, као и сваком студенту понаособ, како би се постигли жељени циљеви. При томе се воде рачуна о језичким професионалним и академским потребама студената, претходно стеченом знању, мотивацији студената, преференцијама и различитим начинима и стиливима учења карактеристичним за сваку групу, односно сваког појединачног студента.			
Исход предмета Предмет припрема студенте за сналажење у области менаџмента, економије и људских потенцијала. Студент ће бити способан да да одређене податке о компанији за коју ради, представи пословне извештаје, као и да представи правац пословања који компанија развија.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Grammatical units, Climbing up the ladder - specific cases and exceptions related to - Conditional Sentences – III Types, Cleft. Sentences, Indirect Speech, Clefting, Infinitives, Participle, Special Case Passive and Causative, Mood in English Lexical units + ESP Contemporary trends in technology, entertainment, fashion, etc, environmental protection and sustainable development, historical aspects of the development of science, technology, archeology, and other historically relevant discoveries, art and urban planning and design, understanding human nature and human needs from the psychological perspective. ESP - marketing and management contemporary trends. <i>Практична настава</i> Увежбавање све четири језичке вештине (вештине разумевања прочитаног текста, вештине разумевања говора, вештине писања и вештине говора) на нивоу B2 Заједничког европског референтног оквира за стране језике.			
Литература <i>Обавезна литература:</i> [1] <i>Business Benchmark, intermediate to Upper intermediate</i> , Student's book, Norman Whitby, Cambridge University Press. <i>Допунска литература:</i> [1] бројна стручна литература, видео и аудио записи, подкастови, интерактивне вежбе, текстови доступни на интернету, а прилагођени језичком нивоу и потребама студената. [2] <i>The Oxford English Dictionary</i> , Oxford University Press [3] Онлајн речници као што су BusinessDictionary.com, Travel industry Dictionary			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 0	
Методе извођења наставе: Предавања и вежбе, израда домаћих задатака и семестралних радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	писмени испит
практична настава		5	усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС); PPS Психологија (ОАС)			
Назив предмета: Немачки језик 4			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: положен предмет Немачки језик 3			
Циљ предмета			
Циљ предмета је припремање студената за пословну комуникацију у подручју струке. При томе сепосебан нагласак ставља на развој језичних вештина (слушања, говора, читања и писања), као иразвијање способности употребе немачког језика за сврхе струке, посебно способности читања ианализе изворних стручних текстова на немачком језику, укључујући њихова тумачења и превођења;увођење пословног вокабулара и граматичких структура карактеристичних за пословни језик струке, надовезујући се на градиво из предмета <i>Немачки језик 3</i> .			
Исход предмета			
Применити граматичке структуре на немачком језику (зависно и независносложене реченице); Усвојити темељну пословну терминологију, превести сложенији стручни текст са немачког на српски језик; Применити граматичка правила у писаном и усменом облику (зависно сложенереченице, пасив); Разликовати врсте пословних писама, превести пословно писмо на српски језик, као и усвојити пословну терминологију.			
Садржај предмета			
Текстови, вежбања и задаци, који су репрезентативни за поједине вештине, тематске целине и језичке структуре; понављање градива из предмета Немачки језик 3.			
Независно сложене реченице, зависно сложене реченице, пасив – презент, футур, перфекат.			
Теоријска настава			
Будући да се немачки као страни језик учи и подучава на принципима интерактивне наставе, упознавање са лексичком и граматичком грађом као условно речено теоријским делом предмета се већином одвија путем активности у којима студенти те феномене откривају што је могуће више самостално и на основу примера.			
Практична настава			
У складу са циљем и исходима предмета који су базирани на активној употреби језика, настава немачког као страног језика се базира на интерактивном увежбавању језичких вештина у оквиру активности читања, слушања, писања и говора у комуникативним ситуацијама које симулирају реалне ситуације.			
Литература			
Обавезна литература:			
[1]Група аутора, Berliner Platz 3, <i>Langenscheidt KG</i> , Berlinund München, 2009.			
[2]Група аутора, Berliner Platz 4, <i>Langenscheidt KG</i> , Berlinund München, 2009.			
Допунска литература:			
[1]Група аутора, <i>Unternehmen Deutsch</i> , Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004.			
Број часова активне наставе: 2		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе			
Настава је базирана на активној, комуникативној методи која узима у обзир и социокултуролошке аспекте учења страног језика и укључује предавања, вежбе, пројекте, колоквијуме и консултације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Понашање потрошача			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са концепцијом о понашању потрошача на тржишту као и о законитостима функционисања савременог тржишта; схватањем сагледавање интегрисаног деловања и утицаја интерних и екстерних фактора окружења на понашањепотрошача и процес доношења одлука о куповини производа и услуга; разумевање понашања потрошача изначај креирања вредности за потрошаче; схватање неопходности изградње и управљања дугорочниходноса са потрошачима.			
Исход предмета			
Студенти ће бити оспособљени да идентификују потребе и очекивања савременихпотрошача на тржишту, процене тржиште и тржишне нише, да предвиде потенцијална понашања и промене понашања у процесу куповине, као и да у складу са утврђенимпотребама и жељама креирају адекватну маркетинг стратегију и испоруче вредности крајњимкупцима, стварајући основу за сатисфакцију, лојалност и изградњу дугорочних односа са потрошачима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Понашање потрошача у савременом окружењу и анализа тржишта; Основни појмови о понашању потрошача; Истраживањепотрошача у контексту динамичних промена на тржишту; Детерминанте понашања потрошача (географске, економске, демографске, социо-културне);Понашање потрошача у куповини; Стратегије сегментације, таргетирања и позиционирања; Креирањевредности и задовољство потрошача; Лојалност и животна вредност потрошача; Маркетинг односа сапотрошачима; Пословна тржишта и пословни потрошачи.			
Практична настава			
Студије случајева. Индивидуални истраживачки рад на одабрану тему.Развој вештина планирања, истраживања и анализе понашања потрошача решавањем студија случаја;Израда СТП стратегије и анализа тржишта. Анализа понашања потрошача, израда типологије потрошача и креирањемаркетинг и комуникационог плана за различите сегменте потрошача. Израда плана дигиталног маркетинга за предузећа/производе/услуге. Креирање стратегије друштвеног одговорног пословања. Анализадетерминанти понашања потрошача. Вештина управљања односа са потрошачима.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Живковић, Р., Гајић, Ј. (2021), <i>Понашање потрошача</i> , Универзитет Сингидунум, Београд.			
2. Нићин, С., (2014) <i>Истраживање тржишта</i> , Европски универзитет, Брчко.			
Допунскалитература:			
1. Solomon, M.,Bamosy, G., Askegaa, S., <i>Ponašanje potrošača</i> , MATE, Zagreb, 2015.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава:3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе,семинарска настава, израдапрезентација, израдапројектнихзадатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
			поена
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум-и		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС); PPS Психологија (ОАС)			
Назив предмета: Ментално здравље			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Упознавање студента:			
• са принципима примарне, секундарне и терцијарне превенције • са одређењима и врстама стреса, стратегијама превладавања стреса и симптомима стреса • са механизмима настајања кризе, трауме, симптомима кризе и трауматским реакцијама • са основним информацијама о психологији губитка			
Исход предмета			
Од студента се очекује да на крају курса буде способан: да препознаје узроке и последице стреса, кризе и трауме; да овлада основним принципима примарно превентивног рада, антистрес програма и интервенцијама у кризи; да буде у стању да креира једноставне програме психосоцијалне подршке; да овлада основама радионичарског рада			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Примарна, секундарна и терцијарна превенција. Модел динамике стреса, реакција на стрес, врсте стреса, стратегије превладавања, резилијентност. Криза, реакције на кризу, фактори ризика. Траума, губитак, врсте губитка. Принципи психосоцијалне подршке, социјална клиничка психологија, радионичарски рад.			
Практична настава			
Разрада и демонстрација тема из теоријске наставе, самостална израда превентивних програма.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Biro, M. & Butollo, W. (Ur.). <i>Klinička psihologija</i> . LMU & Futura publikacije (odabrana poglavlja).			
Допунска литература:			
1. Марић, М. (2013). <i>Ментално здравље</i> (Vol. 175, p. 148 стр.). Педагошки факултет.			
2. Mićović, J., Jovčić, K., Vulić, J., (2021). <i>Mentalnozdravlje i poslovnookruženje: vodič za poslodavce i zaposlene</i> (p. 32). Fondacija Ana i Vlade Divac.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе: предавања, семинарски радови (превентивни програми).			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Економика туризма			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Студенти упознају кључне појмове и појаве у туризму, као и специфичности функционисања туристичког тржишта. Акценат је на економском функционисању туризма у контексту националних, регионалних и светских привредних кретања.			
Исход предмета			
Студенти ће након положеног испита:			
• Исправно тумачити и интерпретирати појмове и појаве из подручја економике туризма; • Објаснити и применити методе и технике утврђивања доприноса туризма привреди једне земље; • Анализирати секундарне податке из области туризма; • Аргументовати мултидисциплинаран карактер туризма и специфичности које из тога произилазе; • Анализирати економске ефекте туризма на привреду земаља и региона.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Дефинисање туризма и појма туристе, друштвени, економски и политички значај туризма, регионални распоред туристичких кретања, перспективе развоја туризма, организациони облици у туризму, процеси интеграције у туризму, истраживање туристичког тржишта, маркетинг микс у туризму, политика пропаганде и промоције у туризму, институционални облици организације туризма у појединим земљама, мере за унапређење туристичке политике и развоја туризма, туризам у Србији. Планирање и одрживи развој туризма.			
Практична настава			
Анализирање туристичких кретања у свету, израчунавање мултипликатора у туризму, анализирање регионалног распореда туризма, примери подстицајних мера за развој туризма, примери стратегија и програма развоја туризма, примери промоционо-пропагандних активности.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Унковић С., Зечевић Б., <i>Економика туризма</i>, Економски факултет, Београд, 2018. 2. Чавлек., Н., Батролући, М., Пребежац, Д., Кесар, О. И остали, <i>Туризам – економске основе и организациони састав</i>, Школска књига, Загреб, 2011. (одабрана поглавља)			
Допунска литература:			
1. Черовић, С., Брдар, И., Кнежевић, М., Туризам – теорија и принципи, Универзитет Сингидунум, Београд, 2022.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, практичан рад, семинарски рад			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	
практична настава		5	усмени испит
колоквијуми (2)		60	30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Корпоративна култура			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти разумеју значај корпоративне културе, спознају основе факторе утицаја на организациону културу, њене основне елементе, принципе настанка, њене карактеристике и факторе који утичу на њен настанак, еволуцију и промену, као и утицај корпоративне културе на функционисање организације и запослене у њој.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: дефинишу корпоративну културу и разумеју њен значај у савременом животу једне организације и запослених у њој; дефинишу заједничке карактеристике једне корпоративне културе; разликују слабу од јаке корпоративне културе; идентификују функционалне и дисфункционалне ефекте корпоративне културе на људе у организацији и организационе перформансе; објасне факторе који одређују корпоративну културу; спознају начине стварања, одржавања и преношења корпоративне културе.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Шта је ефикасна корпоративна култура? Корпоративна култура као ледени брег. Корпоративна култура као ментални склоп организације. Корпоративна култура у економији знања. Карактеристике. Врсте корпоративне културе. Улога корпоративне културе. Стварање, одржавање и преношење корпоративне културе. Утицај корпоративне културе на задовољство запослених и на организационе перформансе. Корпоративна култура и различитости. Корпоративан култура, иновације и промене.			
Практична настава			
Анализа конкретних примера из пословне праксе успешних корпоративних култура; анализа студија случаја; одабир и примена одговарајуће стратегије за стварање, одржавање и преношење корпоративне културе на запослене; решавање конкретно постављеног проблема слабе корпоративне културе и евалуација добијених решења кроз групни рад, јавну дискусију и презентације.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Штангл Шушњар, Г. (2021) <i>Организационо понашање</i> , Економски факултет, Суботица.			
2. Јанићијевић, Н. (2013) <i>Организациона култура и менаџмент</i> , Економски факултет, Универзитет у Београду.			
Допунска литература:			
1. Robbins, S. P, Timothy A. Judge (2018) <i>Organizational Behavior</i> , Pearson.			
2. Fincham, R., Rhodes, P. (2006) <i>Principles of Organizational Behaviour</i> , Oxford University Press.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5		
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијуми (2)	60		

Назив предмета: Одлучивање			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 3			
Услов: /			
Циљ предмета			
Овладавање основним теоријским знањима о концептима, дисциплинама и методама примене пословног одлучивања и различитих система за подршку пословном одлучивању.			
Упознавање студената са савременим дисциплинама и методама која се бави тематиком одлучивања.			
Исход предмета			
Након што положи испит студент треба да зна да препозна и користи специфичне концепте и принципе манаџерског доношења одлука, користи адекватне методе и технике доношења одлука и примењује стечена знања у решавању проблема пословног одлучивања.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам манаџерског пословног одлучивања. Одлуке и типови одлука. Предуслови за доношење одлука. Модели доношења манаџерских одлука, Процес доношења менаџерских одлука, Проблеми менаџерског одлучивања. Одлучивање при извесности, неизвесности и ризику. Теорија игара, примена технике стабла одлучивања. Теорија корисности. Методе и технике доношења одлука, Анализа осетљивости. Основе вишекритеријумског одлучивања, методе, технике и њихова примена. Инвестиционо одлучивање, Статистичке и динамичке методе избора инвестиција, Примене технике стабла одлучивања, Софтверски алати за подршку одлучивању.			
Практична настава			
Вежбе обухватају примену програмом предвиђеног градива на решавању практичних проблема (задатака) уз одговарајућу софтверску подршку			
Литература			
Обавезна литература:			
[1] Мишковиц, В. (2013) Системи за подршку одлучивању, Универзитет Сингидунум, Београд.			
[2] FrankYates, J(2012) Пословно одлучивање (превод), Мате, Загреб.			
[3] Чупић, М., Сукновић, М. (2010) Одлучивање, Факултет организационих наука, Београд.			
Допунска литература:			
[1] Morato, Е. (2013) Business decision making, Ebookit, United States.			
[2]Сукновић, М., Делибашић, Б. (2010) Пословна интелигенција и системи за подршку одлучивању, Факултет организационих наука, Београд.			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава:2	
		Практична настава:1	
Методе извођења наставе			
Предавања и вежбе, израда домаћих задатака.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	5		
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијуми (2)	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Примењена истраживања			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: /			
Циљ предмета Општи циљ овог предмета јесте да се студентима обезбеди јединствено образовно искуство током којег ће кроз активно учење и сарадњу моћи да у пракси примене знања и вештине стечене током студијским програмом предвиђене наставе на спроведеним предметима током претходних семестара. Градацијски посматрано, овај предмет подразумева највећи степен комплексности укључености студената у реалне пословне или проблеме локалне заједнице и у процес њиховог решавања кроз реализацију истраживања. Стога је циљ овог предмета смислено повезивање и формализација свих до сада примењених практичних задатака и радова које су студенти током академског живота урадили, а све ради стварања веће сврсисходности целог образовног искуства. Поред тога, рад на истраживању, студентима пружа могућност рада у тиму и развијање тимског духа, да науче одређене методологије иницирања и спровођења истраживања, при чему се успех истраживања мери заслугама свих чланова тима. Активности које су радом на сваком појединачном истраживању предвиђене имају за циљ и да развијају одговорност појединаца, способност уочавања проблема и његових узрока, аналитички приступ проблему, критичко размишљање, доношење одлука, сналажљивост и креативност, ширење (дисеминацију) знања између студената као чланова тима, итд. Предмет има за циљ савладавање вештина кроз активну наставуупотпуњену реализацијом праксе у конкретном предузећу, институцији или организацији и израде иодбране самосталног пројекта. Оспособљавање студената за самосталан рад у привреди, продубљивање ипримена знања из области професионалног развоја и пословних вештина, односно примена теоријскихзнања на конкретним студијама случаја.			
Исход предмета Студент ће бити оспособљен да разуме и примени кључне вештине, основне законитости за остваривањециљева, улогу целоживотног усавршавања у постизању успеха и позитивних пословних резултата, као индивидуални аспект улоге појединца као запосленог у организацији. На основу обрађеног проблема сапрактичне наставе, студент је оспособљен за писање и одбранузавршног рада на студијама. Студенти су оспособљени за планирање и спровођење истраживачког процеса самостално или као чланови пројектног тима. Студенти знају да користе различите методе и приступе при том процесу, као и да пронађу релевантне и поуздане податке који су им за то потребни; умеју да на основу резултата спроведеног истраживања донесу закључке и одлуке, те предлоге решења за наредне пословне кораке и одлуке. Студенти су обогатили своје образовно искуство, али и доградили мрежу пословних контаката, обогатили своју професионалну биографију и тиме повећали сопствену конкурентност на савременом тржишту радне снаге.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Студенти даље развијају способности из области: методологије истраживачког рада, пројектног планирања и фаза спровођења пројекта, академског и пословног писања, комуникацијске вештине у истраживачком и пословном контексту, информатичке вештине. <i>Практична настава</i> Студенти препознају проблем, планирају процес истраживања, дефинишу тему, циљ и фазе истраживања, те временски оквир и поделе улога сваког појединца и организују тим према преференцијама и вештинама. Студенти врше десктоп истраживање, спроводе примарно истраживање, истраживање на терену. Након прикупљања података, организују их и сређују у информације које ће им помоћи у сагледавању узрока. На основу тога студенти креирају предлог решења или развојног плана према теми истраживања. Студенти креирају одговарајућу публикацију (форма, садржај, дизајн). Студенти организују презентовање истраживања према профилу публике (колеге студенти, професори, представници привреде и других организација, општа јавност). Организују догађај презентовања. Такође, усавршавају своје вештине комуникације и презентовања, као и организационе способности и оне неопходне за креирање догађаја. Рад на истраживању захтева солидно знање енглеског и/или другог страног језика.			
Литература: <i>Обавезна литература:</i> 1. Бољановић-Ђорђевић, Ј., Дражета, Ј., Бабић, Ј. и Добријевић, Г. <i>Развој каријере и пословних вештина</i> , Универзитет Сингидунум, Београд, 2020. 2. Пејановић, Р., Вујић, В., <i>Методологија економских истраживања и дизајнирање радова на академским студијама</i> , Академска књига, Нови Сад, 2016. <i>Допунска литература:</i> 1. Покорни, С., <i>Основе примењених истраживања</i> , ИТС, Београд, 2020.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: предавања, вежбе, пројектни рад, анализа случаја, симулација, интерактивна дискусија			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	
практична настава		5	усмени испит
колоквијуми (2)		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Финансијски менаџмент			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов:нема			
Циљ предмета			
Да студенти разумеју процес доношења финансијских одлука, од најнижег до највишег нивоа управљања. Такође, циљ је преношење теоријских и примењених знања студентима неопходних за разумевање суштине управљања финансијама предузећа и импликација управљачких одлука из домена инвестирања, финансирања и њихове међусобне интеракције на циљне функције предузећа. Доношење наведених одлука подразумева и овладавање вештинама у примени квантитативних техника у процесу финансијског управљања, што ствара основу за прецизну евалуацију финансијских перформанси предузећа, компоновање жељене структуре финансирања и избор финансијских стандарда за мерење и рангирање ефективности појединих алтернатива са аспеката достизања циљева предузећа у контексту конкретног пословног окружења.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити оспособљени за успешно обављање финансијских послова у предузећима у тиму за решавање проблема у оквиру финансијске функције.Студенти ће бити оспособљени за: разумевање практичне улоге финансијског менаџмента у пословању савремених предузећа, самостално праћење и анализу новчаних токова предузећа, схватање могућности побољшања управљања обртним средствима, доношење адекватних краткорочних и дугорочних финансијских одлука, овладавање вештином финансијске оцене инвестиционих улагања у условима ризика и неизвесности, избор адекватних извора финансирања и прорачуна просечне цене капитала.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
• Значај финансијске функције у пословању предузећа			
• Начела финансијског пословања у предузећу			
• Извори обезбеђења финансијских средстава			
• Финансијска политика, инструменти финансијске политике			
• Инвестициона политика и процес доношења инвестиционих одлука			
• Значај и методе финансијског планирања, финансијске анализе и финансијске контроле			
• Анализа финансијског пословања предузећа помоћу економетријских модела			
• Разматрање политике дивиденди			
• Значај економске политике за ефикасност финансијског менаџмента			
Практична настава:			
Оцена финансијског стања предузећа; Анализа управљања обртним средствима на примеру конкретних предузећа; Састављање плана новчаних токова;Оцена финансијског стања предузећа; Анализа управљања обртним средствима на примеру конкретних предузећа; Састављање плана новчаних токова инвестиционог пројекта; Оцена конкретних инвестиционих пројеката.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Иваниш, М.: Управљање финансијама , Универзитет Сингидунум, 2008.			
2. Ранисављевић, Д.: Финансије , Универзитет Сингидунум, 2022.			
Допунска литература:			
1. Балабан, М.: <i>Финансијски менаџмент</i> , ВСШП, Београд, 2010.			
2. Петровић, З.: <i>Финансијско извештавање</i> , Универзитет Сингидунум, 2022.			
3. Зиповски, Д.: <i>Инвестиционо одлучивање</i> , Економски факултет, Београд, 2015.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
Методе извођења наставе: Интерактивна предавања и вежбе		Практична настава: 2	
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Организацијска психологија			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
- Упознавање студената са основним концептима пословне психологије и менаџмента. - Оспособљавање студента за решавање практичних задатака у области менаџмента и пословне организације.			
Исход предмета			
Од студента се очекује да на крају курса буде способан да:			
- разуме основне принципе организационог понашања и примени психолошка знања у решавању психолошких проблема организације, - разуме принципе руковођења организацијом и примени психолошка знања у решавању проблема руковођења у организацији.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
- Психологија организационог понашања: место психологије организационог понашања у пословној психологији, основни концепти психологије организационог понашања (интер-персонални и групни процеси у организацији, организациона структура и процеси). - Психологија менаџмента: место психологије менаџмента у пословној психологији, основни концепти (вођство, функције менаџмента), улога менаџера у предузећу.			
Практична настава			
Разрада и демонстрација тема из теоријске наставе. Пракса у предузећу.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Чукић, Б. (2004). <i>Психологија рада - усклађивање човека и посла</i> . ИЦИМ+. .			
Допунска литература:			
1. Јанићијевић, Н. (2013). <i>Organizaciona kultura i menadžment</i> (p. XIV, 703). Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	
Практична настава: 2			
Методе извођења наставе: предавања, семинарски рад, јавна презентација радова			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: RIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Менаџмент знања			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти разумеју значај знања које поседује организација за пословање у економији знања, за задовољство и развој њених запослених и за стварање одрживе конкурентске предности. Такође, циљ предмета је да се студенти упознају са појмом и процесом менаџмента знања, методама менаџмента знања, као и применом његових принципа у развоју како саме организације, тако и запослених појединачу њој.			
Исход предмета: Након положеног испита, студенти ће бити способни да: препознају разлику између податка, информације и знања; објасне улогу менаџмента знања у савременом пословном контексту економије знања; опишу и објасне фазе и активности менаџмента знања; анализирају факторе који утичу на развој процеса менаџмента знања; разумеју значај усклађивања менаџмента знања са пословном стратегијом; се упознају са значајем личног менаџмента знања; објасне разлику у примени различитих метода менаџмента знања; правилно препознају и тумаче значај примене принципа менаџмента знања у ситуацијама ефикасног пословног одлучивања и да прате актуелне трендове у овој области.			
Садржај предмета Теоријска настава Економија знања. Податак, информације, знање. Врсте знања. Организација знања. Интелектуални капитал. Организационо учење. Појам и развој концепта менаџмента знања. Животни циклус менаџмента знања. Лични менаџмент знања. Оквири за креирање успешног програма менаџмента знања. Методе менаџмента знања. Неуспех програма менаџмента знања. Будућност и трендови у менаџменту знања. Практична настава Анализа конкретних примера из праксе успешнеи мање успешне пословне комуникације; анализа студија случуја; презентовање и увежбавање комуникационих вештина;; одабир и примена одговарајуће комуникационе стратегије и стратегије преговарања у конкретно постављеном проблему и пословној ситуацији и евалуација добијених решења кроз групни рад и презентације.			
Литература Обавезна литература: 1. Ђорђевић – Бољановић, Ј. (2009) Менаџмент знања, Дата статус, Београд Допунска литература: 6. Машић, Б., Ђорђевић Бољановић, Ј. (2006) Knowledge Management, скрипта 7. Крстић, Б. (2014) Управљање интелектуалним капиталом предузећа, Економски факултет, Универзитет у Нишу 8. Tissen, R., Andriesen, D., Depre, F.D. (2006) Дивиденда знања, Адигес, Нови Сад 9. Hislop, D. (2013) Knowledge Management in Organizations, Oxford University Press 10. Frappaolo, C. (2006) Knowledge Management, Capstone Publishing, England 11. Davenport, T., H., Prusak, L., (2000) Working knowledge, Harvard Bussines School Press, Boston			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализастудија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Пословна изузетност и развој каријере			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти разумеју процес развоја каријере, а како би доносили праве пословне одлуке усмерене на креирање стратегије континуираног напретка, трансформације и раста што је суштина пословне изузетности како на личном, тако и на организационом нивоу. Такође, циљ предмета је и да се студенти оспособе за коришћење основних алата и вештина управљања каријером које ће им омогућити да ефикасно идентификују и препознају шансе за развој своје пословне каријере. Циљ предмета је и да савладане теорије развоја каријере и пословне изузетности примене у својој личној, професионалној и корпоративној пракси.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: разумеју своју личност, интересовања, вредности и савладају вештине које су повезане са њиховим будућим занимањима; се упознају са основним теоријама и алатима развоја каријере; унапреде своја сазнања о раду и развоју професионалне каријере у условима остваривања стандарда пословне изузетности; науче како да поставе реалне професионалне циљеве и доносе праве одлуке у вези са управљањем каријером и да виде себе као активног учесника у процесу планирања своје каријере и своје личне и организационе пословне изузетности.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Шта је пословна изузетност? Развој каријере: Теорија и пракса. Процес развоја каријере. Фактори утицаја на развој каријере. Самопроцена: Лична SWOT анализа. Развој личних способности. Емоционална интелигенција. Радни свет у условима пословне изузетности. Алати и вештине каријерног развоја. Доношење каријерних одлука и планирање каријере. Ефикасно умрежавање. Пословна комуникација. Трендови у развоју каријере у условима пословне изузетности.			
Практична настава			
Анализа научених теорија и вештина развоја каријере и њихова примена на сопственом примеру и личној студији случаја; примена и анализа свих фаза у процесу управљања каријером и одабир и примена одговарајућег алата и вештине управљања каријером са циљем постизања стандарда пословне изузетности; усавршавање вештина развоја каријере и њихова евалуација кроз групни рад, презентације и групну дискусију.			
Литература			
Обавезна литература:			
12. Ђорђевић Бољановић, Ј., Дражета, Л., Бабић, Л., Добријевић, Г. (2020) <i>Развој каријере и пословних вештина</i> , Универзитет Сингидунум, Београд			
Допунска литература:			
1. Athanasou, J. A., Van Esbroeck, V. ed., (2009) <i>International Handbook of Career Guidance</i> , Springer, dostupno na http://eksis.ditpsmk.net/uploads/book/file/38EBF361-A274-4C3F-BA5C-6DB57C31F408/International_Handbook_of_Career_Guidance.pdf			
2. <i>Обликујте своју каријеру</i> (2009) Harvard Business Press, превод, Дата статус			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава:3	
		Практична настава:3	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, примена правила у писаној и усменој комуникацији, израда пројектних задатака, израда радне биографије, симулација разговора за посао групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	писмени испит
практична настава		5	усмени испит
колоквијум-и		60	
			30

Студијски програм:PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Управљање пословним перформансама			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ:7			
Услов:			
Циљ предмета Упознати студенте са основама управљања пословним перформансама, које укључују идентификовање кључне фазе процеса управљања пословним перформансама. Такође, циљ је да се објасни студентима однос фаза управљања перформансама предузећа; затим да се објасни значај планирања и мерења пословних перформанси. Показати да је анализа перформанси у функцији реализовања свих осталих фаза управљачког процеса и да је треба посматрати повезано са њима. Указати на неопходност детерминисања мера за унапређење пословних перформанси и креирање система компензација и мотивације заснованог на перформансама и њихову повезаност са осталим фазама процеса управљања перформансама.			
Исход предмета Оспособљавање студената вештинама ефикасног управљања пословним перформансама у савременим организацијама; Оспособљавање студената за креирање и примену система мерења перформанси; Стицање компетентности за практичну примену различитих методологија за анализу пословних перформанси као и припрему и подношење извештаја о оствареним пословним перформансама; Стицање знања о начинима дизајнирања система компензација запослених на основу остварених перформанси.			
Садржај предмета Теоријска настава Концептуални оквир перформанси предузећа, Елементи и детерминанте управљања перформансама предузећа; Детерминанте процеса управљања перформансама предузећа; Планирање перформанси предузећа; Мерење перформанси предузећа; Анализа и извештавање о перформансама предузећа; Развијање компензационог система заснованог на перформансама, Бенчмаркинг у функцији управљања перформансама предузећа, Управљање перформансама предузећа према моделу BalancedScorecard; Управљање резултатима предузећа, Управљање продуктивношћу као пословном перформансом, Управљање економичношћу као пословном перформансом, Управљање рентабилношћу као пословном перформансом, Управљање укупним квалитетом, Управљање пословним успехом предузећа, Управљање вредношћу предузећа; Вертикална организација, функционално оријентисан менаџмент и управљање перформансама предузећа; Хоризонтална организација, процесно оријентисани менаџмент и управљање перформансама предузећа; Детерминанте концепта управљања перформансама односа са стејкхолдерима предузећа; Управљање перформансама односа са запосленима, потрошачима, добављачима и заједницом. Практична настава Израда и тумачење извештаја о управљању пословним перформансама, израда стратегијских мапа, анализа студија случаја.			
Литература Обавезна литература: 1. Крстић, Б., & Секулић, В., (2017). Управљање перформансама предузећа.Ниш: Економски факултет. 2. McIntyre, J.,& Ђоковић, Ф., (2021). Стратегијски менаџмент, Београд: Универзитет Сингидунум. Допунска литература: 1. Каплан, Н., Нортон, Д., (2010). Уравнотежена таблица резултата, Загреб: Мате.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 3	
		Практична настава: 3	
Методе извођења наставе: Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
поена			поена
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум		60	
			30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Стратегијски менаџмент и организациона ефективност			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ:7			
Услов:			
Циљ предмета			
Да студенти разумеју и примене кључне концепте стратегијског менаџмента, да се упознају са алатима и техникама заанализу и предвиђање окружења, да разумеју процес стратегијског менаџмента од формулисања доимплементације и евалуације стратегије, као и да сагледају његов значај у стварању одрживе конкурентскепредности организације у променљивом пословном окружењу.			
Исход предмета			
Исход предмета је да се студенти оспособе да опишу и применесавремене концепте стратегијског менаџмента, да стечена теоријсказнања примене у решавању реалних пословних проблема и изазова, да на примерима из праксе познатих компанија у Србији, региону и свету разумеју и примене појмове из стратегијског менаџмента, да стечена знања употребе уформулисању и имплементацији стратегије и да активно узму учешће у унапређивању процеса у свомпословном окружењу.Такође, исход је оспособљавање студената за прикупљање, анализу, систематизацију и примену одговарајућих информација и трендова из окружења у процесу одлучивања и обављања менаџерских функција, посебно на нивоу стратешког менаџмента, коришћење метода, техника и алата стратешког менаџмента у решавању сложених проблема управљања организацијом, идентификовање и алокација стратегијски значајних ресурса ради стицања конкурентске предности организације, евалуација одлука у стратегијској анализи, вредновање стратегија, избор оптималне стратегијске опције, као и имплементација стратегије.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам, дефинисање и значај стратегијског менаџмента; Стратегијско планирање и управљачке одлуке;Концепт конкурентске предности организације; Анализа окружења организације; Анализа екстерногокружења организације; Анализа интерног окружења организације; Формулисање стратегије; Имплементација стратегије; Стратегијскименаџмент и криза организације; Стратегијски менаџмент и иновације; Менаџмент односа са потрошачима; Управљање вредношћу за власнике.			
Практична настава			
Израда и тумачење извештаја о управљању пословним перформансама, израда стратегијских мапа, анализа студија случаја.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. McIntyre, J.,& Ђоковић, Ф., (2021). Стратегијски менаџмент, Београд: Универзитет Сингидунум.			
2. Шехић, Џ., Делић, А., (2012). Стратегијски менаџмент и организациона ефективност, Тузла: Офсет.			
Допунска литература:			
1. Каплан, Н., Нортон, Д., (2010). Уравнотежена таблица резултата, Загреб: Мате.			
2. Ђурићин, Д., Каличанин, Ђ., Лончар, Д., Вуксановић Херцег, И., Менаџмент и стратегија, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, Београд, 2021.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Стручна пракса 1			
Наставник/наставници: Сви наставници ангажовани на студијском програму			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ:3			
Услов:			
Циљ предмета Циљ Стручне праксе 1 је примена стечених теоријско-методолошких знања из области менаџмента и организације, посебно из области менаџмента предузећа, маркетинга, међународног менаџмента, управљања људским потенцијалима и управљања и организације догађаја. Такође, циљ једетаљно упознавање студента са одређеном облашћу кроз темељну разраду одређене теме на примеру конкретног предузећа, организације или установе, подразумевајући стицање практичних искустава радом у конкретном предузећу и организацији.			
Исход предмета Оспособљавање студената за самостални рад из области менаџмента предузећа, маркетинга, управљања људским потенцијалима и управљања и организације догађаја; Овладавање реализацијом и применом резултата примењених истраживања; стицање вештина и способности за решавање конкретних проблема у пракси.			
Садржај предмета Основе пословне администрације, систем интерно вођене документације, писање дневних, недељних имесечних радних извештаја. Савладавање рада у општим и специјализованим пословним софтверским пакетима којекористе предузећа у различитим привредним секторима, односно предузећа различитих величина. Сагледавање значаја и међусобне повезаности различитих делова предузећа. Разумевање сврхе стратегијског управљања предузећем. Основе пословања организација у различитим делатностима и секторима. Концепт и поштовање пословног, односно етичког кодекса пословања и струке. Сагледавање захтева који се односе на компетенције новозапослених. Шема могућности напредовања и каријерног развоја у конкретном предузећу. Анализа екстерног и интерног окружења предузећа и њихов утицај на пословање. Основе промотивних активности и екстерних комуникација. Основе рачуноводствено-финансијског пословања предузећа. Основе управљања људским потенцијалима. Основе функције набавке и планирања производње, односно испоруке услуга. Основе управљања дистрибуцијом и управљања ланцем вредности. Основе електронског пословања предузећа. Основе контроле пословних процеса.			
Литература Документи организације или предузећа у којем се обавља пракса			
Број часова активне наставе		Теоријска настава	Практична настава
Методе извођења наставе Практична истраживања			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Редовност у обављању праксе, квалитет обављања пословних активности током праксе, дневник праксе активност у току предавања	50	Одбрана дневника праксе	50

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Међународни бизнис и менаџмент			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ:6			
Услов:			
Циљ предмета			
Циљ предмета је изучавање приступа, процеса, и метода међународног бизниса и менаџмента, који су неопходни за успешно укључивање савремених организација (предузећа, компанија и сл.) у међународно пословање; стицање научних и стручних знања која су неопходна за управљање међународним пословањем. Такође, циљеви су:			
- усвајање основних знања, вештина и концепата управљања међународним пословним операцијама; - оспособљавање студената да препознају, дефинишу, разумеју и објасне факторе који утичу на формирање међународног пословног окружења, стратегије и облике интернационализације; - изградња става о неопходности интернационализације пословања у условима глобализације; - оспособљавање студената за рад у међународно оријентисаним домаћим и иностраним компанијама			
Исход предмета			
Компетенције везане за комплексност ефективног управљања међународним пословањем савремених организација.Студенти ће након завршетка курса бити оспособљени:			
- да објасне специфичности међународног менаџмента; - да дефинишу, опишу, разумеју и објасне који фактори утичу на формирање модерног међународног пословног амбијента; - да објасне утицај кључних фактора на стратегије интернационализације пословања; - да разумеју и примене различите формате међународног бизниса; - да разумеју и објасне како специфичности међународног пословног амбијента утичу на управљање појединим пословним функцијама.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Институционалне и социо– културне детерминанте међународног бизниса, извозни, кооперативни и инвестициони формати међународног бизниса;Производно снабдевачки аспекти међународног менаџмента, финансијски аспекти међународног менаџмента;Организациони аспекти међународног менаџмента, Стратегијско – маркетиншки аспекти међународног менаџмента; Етика и друштвена одговорност у међународном пословању; Значај културе у међународном пословању; Облици међународног пословања и стратегије уласка; Међународни операциони менаџмент; Међународне организационе структуре.			
Практична настава			
SWOT и PEST анализа у међународном окружењу; Развој вештина аналитичности решавањем студија случаја и изучавањем различитих типова организација; Примена знања из менаџмента у решавању свакодневних проблема у међународном окружењу; Развој вештина сарадње у мултикултурном тиму.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Добријевић, Г. (2017) <u>Међународни менаџмент</u> , друго издање, Универзитет Сингидунум, Београд.			
Допунска литература:			
1. Ракита, Б. (2019) <i>Међународни бизнис и менаџмент</i> , друго измењено и допуњено издање, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијум	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Основи управљања и организације догађаја			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да се студенти упознају са догађајима, управљачким концептима и организације догађаја. Такође, циљ је оспособљавање студената за успешно бављење пословима из областиуправљања догађајима. Стицање напредних теоријских и практичних знања за успешно бављење пословима у области планирања,организације, реализације и контроле различитих догађаја.			
Исход предмета			
Оспособљавање студената за планирање, организацију, промовисање догађаја, као и за промовисање ипрезентацију дестинација у којима се организују догађаји на међународном туристичком тржишту.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Увод у управљање догађајима: општи појмови, карактеристике и класификација догађаја. Основи организације догађаја. Организација догађаја кроз историју. Догађаји и туризам.Значај догађаја за развој туристичке дестинације. Анализа окружења и планирање догађајаУтицаји догађаја: економски, социо-културни, еколошки и политички. Учесници/посетиоци догађаја – факторикоји утичу на доношење одлуке о учествовању или посети догађаја и на задовољство догађајем. Догађаји и креативне индустрије.			
Практична настава			
Вежбе су конципиране кроз практичан рад, тако да се студенти кроз посету одређеним догађајима упознају са њиховим основним карактеристикама и њиховим одликама, а крозсеминарске радове и пројекте критички изнесу своје мишљење о њима (на основу личних искустава ианкета спроведених на терену).			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Зарић, С. и остали, (2019) <i>Планирање догађаја: принципи и пракса</i> , друго допуњено издање, Београд: Хера.			
2. Allen, J., (2009) <i>Event planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fund-Raising Galas, Conferences and Conventions, Incentives and other special events</i> , 2 nd edition,Ontario: John Wiley & Sons Canada.			
Допунска литература:			
1. Davidson, R., (2019) <i>Business events</i> , 2 nd edition, Routledge.			
2. Унковић, С., Бујковић, Р., Зарић, С., (2014) <i>Пословнидогађаји у функцијиразвојатуризма</i> , Цетиње: Ободскослово.			
3. Церовић, З., занкетић, П., (2014) <i>Менаџмент ходочашћа и верских догађаја</i> , Опатија: Факултет за менаџмент у туризму и угоститељству.			
4. Goldblatt, J., (2002) <i>Special Events: twenty-first century global event management</i> , 3 rd edition,Ontario: John Wiley & Sons Canada.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијум		60	30

Студијски програм: РИЗ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Симулација пословних ситуација			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ:7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Објаснити основне концепте, идеје и могућности примене пословних симулација као подршке процесу одлучивања при анализидинамичког понашања пословних и организационих система. Представити методологију и описати начине симулацијау савременим организацијама. Представити студентима софтвере за симулацију и њихову практичну примену.Примена теорије одлучивања у симулацијама и предвиђање последица одлучивања. Разумевање техника и алгоритама пословног одлучивања. Приказивање модела предузетничког процеса, као и приказивање методологија организације, управљања, израде и садржаја инвестиционих пројеката у различитим предузетима (организацијама).			
Исход предмета			
Уз помоћ практичних симулационих решења, студенти ће бити у прилици да испробају технике доношења одлука и управљања финансијским и другим пословним активностима предузећа. Стећи ће знање, вештине и способности које ће им помоћи у развијању предузетничког духа, како би се припремили за изазове на будућем радном месту. Студенти ће овладати савременим алатом <i>Microsoft Project</i> – једним од најпознатијих софтвера за подршку управљању пројектима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Предмет обухвата увод у област симулација, њихове поделе, технике рада и организацију. Обрађују се и технике пословног одлучивања, практична употреба матрица одлучивања, <i>Парето</i> анализа, стабла одлучивања, метод критичне путање, <i>PERT</i> алгоритам. Приказује се и коришћење <i>Timmons</i> модела предузетничког процеса, <i>SWOT</i> анализа, метод критичног фактора успеха, анализа гепа, модел животног циклуса предузећа, као и модел животног циклуса производа/услуга. Такође, обрађује се и Методологија и организација управљања инвестиционим пројектима: <i>YUIMA</i> и <i>ПМИ</i> методологија, функционална, пројектна и матрична организација, као и методологија израде и садржај инвестиционих пројеката: <i>УНИДО</i> , методологија Светске банке, Немачки модел, Амерички модел, методологија ПКС, методологија Фонда за развој.			
Практична настава			
Практична настава подразумева употребу софтверског симулатора <i>Tama TopSim</i> специјализованог за ове примене, који омогућава да студенти испробају разне стратегије у области генералног менаџмента и одмах виде практичне ефекте својих потеза кроз одговарајуће финансијске извештаје. Израда пројекта <i>MS Project</i> -у, план ресурса и анализа трошкова, праћење и контрола извршења, креирање динамичких планова.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. North J. M., Macal. C. M., <i>Managing Business Complexity: DiscoveringStrategicSolutionswithAgent-BasedModelingandSimulation</i> , OxfordUniversityPress, New York, 2007.			
2. Авлијаш Р., Предузетничтво , Универзитет Сингидунум, Београд, 2021.			
3. Вукадиновић П., Јовић З., <i>Инвестиције</i> , Универзитет Сингидунум, Београд, 2012.			
4. Костић, К., <i>Симулација бизнис ситуација</i> , Факултет организационих наука: Београд, 2008.			
Допунска литература:			
1. Тинтор, Ј., <i>Пословна анализа</i> , Масмедиа: Загреб, 2009.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, софтверске пословне симулације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијуми	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (OAC)			
Назив предмета: Лидерство и управљање променама			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти разумеју значај лидерства и да се упознају са различитим лидерским стиловима, као и начинима и ситуацијама њихове примене. Такође, циљ предмета је и да се студенти упознају са теоријама, концептима и лидерским вештинама, да лидерство разумеју као процес и да стекну компетенције за усмеравање понашања запослених у лидерској пракси савременог и променљивог пословног окружења. Циљ предмета је и да се студенти упознају са предностима и недостацима тимова, врстама тимова, њиховим карактеристикама и улогом лидера у побољшању њихове ефективности и ефикасности.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: објасне значај улоге лидера у савременом пословном окружењу; правилно интерпретирају разумевање принципа, концепата и метода лидерства као процеса; објасне значај тимова и њихове карактеристике, у савременим организацијама; препознају пословне ситуације каада је формирање тима неопходно ради спровођења пословне стратегије организације; презентују своју способност да критички процењују улогу лидера у организацији и у повећању ефикасности организационих тимова; формулишу и спроведу кључне лидерске одлуке у условима непредвидљивог пословног окружења, примењујући вештину решавања проблема, критичког мишљења, проактивног деловања и вештину управљања тимовима.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам и значај лидерства. Дефинисање лидерства. Еволуција лидерства. Менаџери и лидери. Приступи изучавању лидерства. Теорије лидерства. Етика и лидерство. Лидерство петог нивоа. Развој групе и изградња ефикасног тима. Појам, значај и врсте тимова. Улоге у тиму. Формирање ефикасних тимова. Улога лидера у тиму.			
Практична настава			
Анализа студија случаја из праксе;решавање реалних проблема и пословних ситуација из области лидерства и тимског рада; одабир и примена одговарајућег лидерског стила управљања тимовима у конкретно постављеном задатку и пословној ситуацији и евалуација добијених решења кроз групни рад, презентације и групну дискусију.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Northouse,P., (2008) <i>Лидерство. Теорија и пракса</i> , превод, Дата статус.			
2. Holpp, L. (2014) <i>Управљање тимовима</i> , МАТЕ, Загреб			
Допунска литература:			
1. Маших Б., Бабић, Ј., Ђорђевић-Бољановић, Ј., Добријевић, Г., Веселиновић, С. (2010) <i>Менаџмент: Принципи, концепти и процеси</i> , поглавље IX и X, Универзитет Сингидунум, Београд			
2. Големан, Д., Бојацис, Р., Маки, Е. (2006) <i>Емоционална интелигенција у лидерству</i> , ASSE Books			
3. De Janasz, S. C., Dowd, K. O., Schneider, B. Z., <i>Interpersonal Skills in Organizations</i> (2022), 7th Edition, McGraw – Hill International edition			
4. Williams, С. <i>Принципи менаџмента</i> , (2011) поглавље X и XIV, Дата статус, Београд			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава:3	
		Практична настава:3	
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		5	писмени испит
практична настава		5	усмени испит
колоквијум-и		60	
			30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (OAC); PPS Психологија (OAC)			
Назив предмета: Међународни менаџмент људских потенцијала			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је да студенти разумеју улогу и функције разноврсних политика и пракси менаџмента људских потенцијала у условима глобалног и интернационалног пословања. Такође, циљ овог предмета је да студент разумеју повезаност организационе стратегије са политикама и праксама међународног менаџмента људских потенцијала. Циљ предмета је и да студенти овладају свим фазама менаџмента људских потенцијала, али у условима интернационализације пословања, да препознају разлике у култури, политичком, правном и економском окружењу организације, као и њихов утицај на квалитет и начин пословног одлучивања у мултинационалним компанијама.			
Исход предмета			
Након положеног испита, студенти ће бити способни да: објасне улогу HR менаџера у интернационалном контексту; да опишу и објасне активности менаџмента људских потенцијала у условима међународног пословног окружења; да објасне разлику између менаџмента и међународног менаџмента људских потенцијала; правилно препознају и тумаче значај културолошких разлика, разлика у политици, економији и правним нормама које обликују праксе менаџмента људских потенцијала у мултинационалним компанијама и да прате актуелне трендове у овој области.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Појам и значај међународног менаџмента људских потенцијала у условима глобалног пословања. Међународни менаџмент људских потенцијала и корпоративна стратегија. Планирање људских потенцијала у условима интернационалног пословања. Етноцентрични модел стафинга. Полицентрични модел стафинга. Геоцентрични модел стафинга. Развој запослених и систем компензација у мултинационалним компанијама. Култура и крос културни менаџмент људских потенцијала. Разумевање културног окружења у међународном менаџменту људских потенцијала. Хофстедове димензије националне културе. Разумевање политичког, правног и економског окружења. Управљање знањем у мултинационалним компанијама. Трендови и изазови у међународном менаџменту људских потенцијала.			
Практична настава			
Решавање реалних проблема и пословних ситуација у интернационалном пословању, а кроз примену и анализу свих фаза у процесу међународног менаџмента људских потенцијала; анализа студија случаја из праксе менаџмента људских потенцијала успешних светских и домаћих мултинационалних компанија; одабир и аргументовано објашњења примена одговарајуће међународне HR стратегије у симулираним пословним ситуацијама и процена добијених решења кроз групни рад, презентације и групну дискусију.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Ђорђевић Бољановић, Ј., (2022) Менаџмент људских ресурса (2. издање), Београд: Универзитет Сингидунум.			
Допунска литература:			
1. Lucio, M. M., MacKenzie, R., (2022) International Human Resource Management: The Transformation of Work in a Global Context, SAGE Publications Ltd.			
2. Reiche, B. S., Harzing, A. W., Tenzer, H., (2019) International Human Resource Management, Sage Publishing			
3. Wintersberger, D., (2017) International Human Resource Management: A Case Study Approach, Kogan Page			
4. Добријевић, Г., (2017) Међународни менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава:3	Практична настава:3
Методе извођења наставе			
Предавања, вежбе, семинарска настава, израда презентација, израда пројектних задатака, групна дискусија, анализа студија случаја, анализа актуелних чланака домаћих и иностраних стручних и научних часописа			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	
практична настава	5	усмени испит	30
колоквијум-и	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)				
Назив предмета: Стручна пракса 2				
Наставник/наставници: Сви наставници ангажовани на студијском програму				
Статус предмета: обавезан				
Број ЕСПБ:3				
Услов:				
Циљ предмета				
Циљ Стручне праксе 2 је примена стечених теоријско-методолошких знања из области менаџмента и организације, посебно из области менаџмента предузећа, маркетинга, међународног менаџмента, управљања људским потенцијалима и управљања и организације догађаја. Такође, циљ једетаљно упознавање студента са одређеном облашћу кроз темељну разраду одређене теме на примеру конкретног предузећа, организације или установе, подразумевајући стицање практичних искустава радом у конкретном предузећу и организацији.				
Исход предмета				
Исходи предмета су у складу са исходима учења досадашњег образовања и односе се на оспособљавање студената за самостални рад из области менаџмента предузећа, маркетинга, управљања људским потенцијалима и управљања и организације догађаја; Овладавање реализацијом и применом резултата примењених истраживања; стицање вештина и способности за решавање конкретних проблема у пракси.				
Садржај предмета				
Основе пословне администрације, систем интерно вођене документације, писање дневних, недељних имесечних радних извештаја.Савладавање рада у општим и специјализованим пословним софтверским пакетима којекористе предузећа у различитим привредним секторима, односно предузећа различитих величина.Сагледавање значаја и међусобне повезаности различитих делова предузећа. Разумевање сврхе стратегијског управљања предузећем. Основе пословања организација у различитим делатностима и секторима.Концепт и поштовањепословног, односно етичког кодекса пословања и струке. Сагледавање захтева који се односе накомпетенције новозапослених. Шема могућности напредовања и каријерног развоја у конкретномпредузећу. Анализа екстерног и интерног окружења предузећа и њихов утицај на пословање. Основе промотивнихактивности и екстерних комуникација. Основе рачуноводствено-финансијског пословања предузећа.Основе управљања људским потенцијалима. Основе функције набавке и планирања производње, односноиспоруке услуга. Основе управљања дистрибуцијом и управљања ланцем вредности. Основе електронскогпословања предузећа. Основе контроле пословних процеса. Планирање и буџетирње догађаја.				
Литература				
Документи организације или предузећа у којем се обавља пракса				
Број часова активне наставе		Теоријска настава	Практична настава	
Методе извођења наставе				
Практична истраживања				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит	поена
Редовност у обављању праксе,квалитет обављања пословнихактивности током праксе, идневник праксе активност у токупредавања		50	Одбрана дневника праксе	50

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Управљање стресом			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Да се студенти упознају са свеprisутним феноменом стреса – негативног и позитивног, његовим препознавањем и класификовањем; везом са телесним функционалним системима и емоцијама; улогом у настанку и развоју психопатолошких феномена. Посебна пажња биће усмерена на варијанте радног стреса и сагоревања.			
Исход предмета			
Од студената се очекује да буду оспособљени да промишљено и критички приступају ризичним факторима за јављање стреса, могућностима његове превенције, као и да овладају неким од практичних вештина намењених редукацији негативних ефеката доживљеног стреса.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
1. Историјски преглед истраживања стреса.			
2. Извори стреса.			
3. Стрес као реакција организма. Физиологија стреса. Стрес и имунолошко функционисање.			
4. Стрес као трансакција појединца и околине.			
5. Суочавање са стресом.			
6. Стрес и личност.			
7. Посттрауматски стресни поремећај.			
8. Професионални стрес.			
9. Синдром изгарања.			
10. Социјална подршка и стрес.			
11. Стрес и психосоматске болести.			
12. Технике редукације стреса.			
Практична настава			
Обухвата коришћење инструмената за детекцију и мерење стреса, као увежбавање техника за редукацију стреса.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Hudek-Knežević, J., Kardum, I. (2005). <i>Stres i tjelesnozdravlje</i> . NakladaSlap.			
Допунска литература:			
1. Kaličanin, P., Lečić-Toševski. D. (1994). <i>Knjiga o stresu</i> . Medicinskaknjiga.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
ППТ презентације и наставни филмови, уз активно укључивање студената у наставни процес			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијуми (2)	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Пројектно планирање догађаја			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Усвајање, надградња и разумевање теоријских сазнања о планирању догађаја у функцији атрактивности и конкурентности туристичких дестинација и постављање финансијских параметара, као и имплементација стечених знања у дефинирању циљева, стратегија и буџета у извођењу догађаја. Такође, циљеви су усвајање методологије планирања догађаја и буџетирања, анализа садашњег стања понуде догађаја, откривање трендова тржишта догађаја, развој креативности и иновативности у детерминирању нових догађаја, дефинирање одредница стратешког планирања догађаја и сценарија развоја, постављање циљева и стратегија развоја догађаја, управљање и подстицање промена на тржишту туристичких и других догађаја, иновирање људских потенцијала у планирању догађаја, детерминирање евалуације и контроле догађаја у функцији извршености догађаја.			
Исход предмета			
Студент ћеимати увид у принципе управљања пројектним циклусом и моћи ће да у одређеном степену планира процес креирања пројекта умети да попуни пројектни формулар и пропратну документацију у познатим оквирима у оквиру тима, сачини буџет пројекта у тиму према једноставнијем буџетском оквиру. Такође, студент ће након положеног испита бити оспособљен да правилно интерпретира кључне теоријске појмове пројектног планирањадогађаја у функцији побољшања туристичке понуде; на основу анализе садашњег стања да постави циљеве догађаја и предложи наргументује стратегије провођења догађаја у циљу пружања јединственог доживљаја за туриста и мултиплицирањапрофита; да пореди, разликује и антиципира конкурентне догађаје и нове потребе туриста као и да предложи и опише начине иновирања садржаја догађаја.			
Садржај предмета			
Теоријска настава:			
Предмет се састоји из увођења основних принципа, техника и алата неопходних за управљање пројектним циклусом организације догађаја, попуњавање пројектног формулара (опис проблема, циљне групе – актери и корисници, циљ пројекта, одрживост пројекта, временски план, развој детаљног плана активности, ризици, креирање резервног плана, компетенције реализатора пројекта, одабир партнера, буџет и пропратна документација).Планирање људских потенцијала. Планирањелогистичке подршке и маркетиншке концепције. Спонзорисање догађаја. Безбедност и сигурност учесника догађаја. Правнапитања у вези са догађајима. Планирање инфраструктурних потреба. Техничка подршкадогађаја. Извештавање током реализације. Могући ризици и стратегије управљањаризицима. Активности након реализације догађаја.			
Практична настава:			
Израда пројектне документације – структура пројекта. Разматрање идеје. Израда мапе процеса догађаја. Израда маркетинг концепције догађаја. Буџетирање догађаја. Организација тима зареализацију догађаја. Функције и одговорности чланова тима. Избор локације догађаја. Идентификација кључнихстејкхолдера.			
Литература			
Обавезна литература:			
3. Авлијаш, Р., Авлијаш, Г., (2022)Управљање пројектом, Београд: Универзитет Сингидунум.			
4. Зарић, С. и остали, (2019) Планирање догађаја: принципи и пракса, друго допуњено издање, Београд: Хера.			
5. Цетински, В., Перић, М., (2013) Пројектни менаџмент, Опатија: Факултет за менаџмент у туризму и угоститељству.			
Допунска литература:			
1. Davidson, R., (2019) Business events, 2 nd edition, Routledge.			
2. Унковић, С., Бујковић, Р., Зарић, С., (2014) Пословнидогађаји у функцијиразвојатуризма, Цетиње: Ободскослово.			
3. Церовић, З., занкетић, П., (2014) Менаџмент ходочашића и верских догађаја, Опатија: Факултет за менаџмент у туризму и угоститељству.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
Методе извођења наставе		Практична настава: 2	
Излагања и објашњавања, практични задаци-припрема тема/блога/презентација за дискусију и дискусије.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијуми (2)		60	30

Студијски програм: РИЗ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Одрживи развој и бизнис			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са думетима одрживог развоја као једног од инструменатауправљања савременим бизнисима. Акценат је стављен на објашњење физиологије атрибута економскеполитике који уважавају захтеве парадигме одрживости и тако утичу на савремено пословање. Одрживи развој представља развојни пут који осигурава да друштвеноблагостање не опада у дужем временском периоду, стога је циљ да се студенти упознају са кључним стубовима одрживог развоја и схвате неопходност превођења концепта одрживог развоја на оперативно пословање.			
Исход предмета			
Оспособљеност за израду и имплементацију стратегија и програма одрживог развоја на нивоу бизниса, као и имплементацију екосистемског приступа као основе стратегије одрживог развоја.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Концепт и парадигма одрживог развоја. Глобалне економске претње изазване привредним развојем. Економски инструменти политике одрживог развоја. Интегрисање концепције одрживог развоја у мисије, визије и стратегије савремених бизниса. Стратегије одрживог развоја на нивоу гране и бизниса. Модели креирања производних и услужних асортимана предузећа засновани на очувању одрживог развоја и поштовања принципа одрживости. Могућности трансформације класичног бизниса у „зелени“ бизнис: економски подстицаји државе, дигитализација, подизање еколошке свести.			
Практична настава			
Повезивање теорије са реалним ситуацијама у привреди, Вежбе са студентима, анализа студија случаја и напредних пословних пракси.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Цветановић, С., Деспотовић, Д., (2015), <i>Капитал, одрживи развој и економска политика</i> , Филозофски факултет Универзитета у Нишу, Ниш.			
2. Сакс, Џ., (2014), <i>Доба одрживог развоја</i> (одабрана поглавља), Службени гласник, Београд.			
4. Чрњар, М., Чрњар, К., (2009), <i>Менаџмент одрживог развоја: економија, екологија, заштита околиша</i> , Опатија: Факултет за менаџмент у туризму и угоститељству Свеучилишта у Риједи.			
Допунска литература:			
1. Goodstein, E. (2003). <i>Ekonomika i okoliš</i> , Zagreb: Mate			
2. Вујошевић, М., Петовар, К., <i>Нови теоријски и методолошки приступи у изради стратегије ордживог регионалног развоја</i> , Београд: Фонд Центар за демократију и Институт за урбанизам и архитектуру Србије, 2008.			
3. Scott, J., <i>The sustainable business</i> , 2 nd edition, Greenleaf Publishing, 2018.			
Број часова активне наставе: 6		Теоријска настава: 4	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе: Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијуми (2)		60	
			поена
			30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Интелектуални капитал и конкурентност предузећа			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ:6			
Услов:			
Циљ предмета			
Упознати студенте са теоретским основама управљања интелектуалним капиталом и значајем интелектуалног капитала за стицање конкурентске предности; Анализирати фазе тог процеса и идентификовати све кључне елементе процеса управљања знањем, иновацијама, интелектуалном својном и односима са <i>стејкхолдерима</i> предузећа у савременим условима пословања; Изучити утицај интелектуалног капитала на кључне пословне перформансе предузећа и вредност предузећа у ери економије знања; Упознати студенте са методологијама вредновања, мерења и оцене вредности интелектуалног капитала предузећа; Изучити ефекте примене савремених модела управљања интелектуалним капиталом предузећа у функцији креирања конкурентске предности.			
Исход предмета			
Стицање знања и вештина за решавање проблема из области управљања интелектуалним капиталом предузећа применом теоријских знања и концепата и начинима стварања конкурентске предности; Стицање знања о практичним аспектима и проблемима везаним за управљање елементима интелектуалног капитала изграђивање и очување конкурентске предности.			
Садржај предмета			
Теоријска настава			
Настанак и еволуција идеје и концепта интелектуалног капитала; Интелектуални капитал као витални фактор развоја и конкурентности предузећа у ери економије знања; Диференцирање концепата интелектуалног капитала; Садржина и суштина интелектуалног капитала; Значај и користи интелектуалног капитала за побољшање перформанси и конкурентност предузећа, Извори интелектуалног капитала, Перформансе интелектуалног капитала и утицај на конкурентност предузећа; Детерминанте управљања интелектуалним капиталом, Стратегијски аспекти управљања интелектуалним капиталом; Планирање перформанси интелектуалног капитала; Мерење интелектуалног капитала; Извештавање о интелектуалном капиталу, Фазе процеса управљања интелектуалним капиталом, Управљање иновацијама и интелектуалном својном као елементи процеса управљања интелектуалним капиталом.			
Практична настава			
Стицање вештина потребних за идентификовање значаја интелектуалног капитала у конкретном предузећу за стварање и повећање његове вредности на тржишту; Примена методологије мерења и оцену перформанси појединих компоненти интелектуалног капитала у конкретном предузећу и квантификовања његове укупне вредности на основу финансијских и нефинансијских информација.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Крстић, Б., (2014). <i>Управљање интелектуалним капиталом предузећа</i> . Ниш: Економски факултет			
2. Крстић, Б., &Рађеновић, Т., (2018). <i>Стратегијско и оперативно управљање интелектуалним капиталом</i> . Ниш: Економски факултет			
3. Вујић, В., (2004). <i>Менаџмент људског капитала</i> , Опатија: Факултет за туристички и хотелски менаџмент.			
4. Сундаћ, Д., Шкаламера-Алиловић, Д., (2016). <i>Пословно окружење и интелектуални капитал</i> , Ријека: Економски факултет Свеучилишта у Ријеци.			
Допунска литература:			
1. Сундаћ, Д., Шваст, Н., <i>Интелектуални капитал: темељни чимбеник конкурентности подuzeћа</i> , Загреб: Министарство gospodarstva, рада и подuzetniштва, 2009.			
Број часова активне наставе: 5		Теоријска настава: 4	
		Практична настава: 1	
Методе извођења наставе			
Излагање наставника, Студије случаја, Дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
колоквијуми (2)		60	30

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Пословни догађаји и развој туризма			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Циљ овог предмета је да се студенти упознају са значајем развоја и модела развоја пословног туризма у туристичким дестинацијама, као и указатина допринос пословног туризма укупном туризму. На темељу концептуално-теоријског оквира постављајусе одреднице стратешког развоја пословног туризма кроз призму пословних догађаја.			
Исход предмета			
Оспособљеност студената да наведу и опишукао и правилно тумачеосновне појмове пословног туризма; Стицање напредних знања и вештина из области организације пословних догађаја: састанци, конгреси, конвенције, конференције, изложбе, сајмови, церемоније (доделе награда и сл.); Стицање способности да спроведу и интерпретирају истраживачке задатке из области пословних догађаја и пословног туризма у целини; Предлагање иновативних решења из области пословних догађаја; Развој способности да системски и критички разматрају дестинацијски концепт развоја туризма и улогу и место пословних догађаја у датом концепту.			
Садржај предмета			
Теоријска настава:			
Карактеристике и перспективе развоја међународног туризма у свету; Значај индустрије догађаја у развоју туризма; Менаџмент туристичке дестинације и пословни догађаји; Одређивање, типологија и карактеристике пословних догађаја; Економски ефекти организације пословних догађаја; Пословни догађаји и друштвена одговорност; Дестинацијски маркетинг и пословни догађаји; Етика и пословни догађаји; Коришћење технологија у организацији пословних догађаја.			
Практична настава:			
Анализа ефеката одређених пословних догађаја на туристичку дестинацију, истраживање учесника одређених пословних догађаја ради побољшања перформанси догађаја, симулација најновијих технологија у организацији пословних догађаја (апликације, портали)			
Литература			
Обавезна литература:			
6. Унковић, С., Бујковић, Р., Зарић, С., (2014) <i>Пословни догађаји у функцији развоја туризма</i> , Цетиње: Ободско слово.			
Допунска литература:			
4. Зарић, С. и остали,(2019) <i>Планирање догађаји: принципи и пракса</i> , друго допуњено издање, Београд: Хера.			
5. Davidson, R., (2019) <i>Business events</i> , 2 nd edition, Routledge.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	
		Практична настава: 2	
Методе извођења наставе			
Излагања и објашњавања, практични задаци-припрема тема,студија случаја, учење кроз заједнички радна решавању практичних проблема,самостално истраживање студената и решавање проблема на основу добијених задатака.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
поена			поена
активност у току предавања		10	писмени испит
практична настава			усмени испит
30			
колоквијуми (2)		60	

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Психологија дигиталног окружења			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је разумевање новог контекста одрастања и живљења који је створен продирањем дигиталних технологија у свакодневни живот људи. Сагледавање различитих ставова у вези са коришћењем информационо-комуникационих технологија.			
Исход предмета			
Студенти ће бити оспособљени да критички процењују актуелне и могуће ефекте употребе дигиталних технологија. Студенти ће моћи да креирају едукативне програме за адолесценте и одрасле који се тичу употребе ових технологија. Стечена знања ће омогућити и планирање научних истраживања која дају допринос овој области психологије.			
Садржај предмета			
Теоријска настава: 1. Трострука револуција прве деценије XX века – социоментални простори, културе и друштва. 2. Физиолошке реакције на дигиталне садржаје, телесност у дигиталном простору. 3.Емпатија и бег од разговора – рад Шери Теркл. 4. Употреба друштвених мрежа и страх од пропуштања. 5. Психолошке последице коришћења паметних телефона. 6. Едукативни програми за адолесценте и одрасле.			
Практична настава: Студенти уз помоћ наставника и асистента издвајају једну тему из области предмета на којој желе да раде и пишу кратак текст (у форми текста за блог), који садржи личне ставове, поткрепљене резултатима научних истраживања.			
Литература			
Обавезна литература:			
1. Terkl, Š. (2020). <i>Obnovimo razgovor</i> . Clio.			
2. Tvengi, Dž. (2018). <i>Internet generacija – Dezorijentisanost dece u digitalnom dobu</i> . Psihopolis.			
Допунска литература:			
1. Kacer, K. (2019). <i>Sajberpsihologija</i> . Laguna.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методе извођења наставе			
Изражања и објашњавања, практични задаци-припрема тема/блога/презентација за дискусију и дискусије.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	30
колоквијуми (2)	60		

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (OAC)			
Назив предмета: Завршни рад – истраживачки рад			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов:Уписана последња година студија			
Циљ предмета			
Циљ предмета је оспособљавање студената за разумевања процеса истраживања одабране теме; интерпретације процеса и резултата истраживања; провере тачности и валидности коришћених података и њихово анализирање; примене статистичких, експерименталних и других метода истраживања; спровођења последично – компаративног истраживања; креирања истраживања у складу са одабраним предметом истраживања; спровођења истраживања, хронолошке анализе и препознавање еволутивних промена и трендова посматраног предмета истраживања; доношење и интерпретација закључака на основу добијених резултата истраживања.			
Исход предмета			
Студент стиче способност критичког размишљања у процесу истраживачког рада,да примењује одређене методе истраживања и начинеприкупљања информација; да разуме различите фазе и нивое истраживања, да одреди хипотезе истраживања и прикаже резултате истраживања, укључујући закључке истраживања.			
Садржај предмета			
Садржај представља сублимацију знања и вештина које су савладане у оквиру предмета на студијском програму ипрофесионалног искуства студента на основу реализованих стручних пракси. Предмет завршног рада укључује активности које се надовезују на израду Завршног рада. Израда завршног рада представља процес одређивањаистраживачког проблема који укључује анализу релевантне литературе, интерпретацију, критичку евалуацијуразличитих теоријских оквира, вештине формулисања и решавања сложених проблема на креативанначин. Активности Предмета завршног рада имају за циљ израду предлога садржаја, методологије, циљева, хипотеза и начинаприкупљања података, предлагањеначина решавања проблема и дискусију и закључке на тему, а уз константно праћење од стране ментора.			
Литература			
Литература препоручена од стране ментора.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава	Практична настава
Методе извођења наставе			
Самосталан и менторски рад. Кандидат самостално и/или уз консултације са ментором ради на избору иприкупљањуреlevantне литературе, дефинисању проблема и планирању реализацијеизраде рада.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Израда рада	50	Одбрана рада	50

Студијски програм: PIZ Пословна изузетност и организација (ОАС)			
Назив предмета: Завршни рад – израда и одбрана			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: положени сви испити			
Циљ завршног рада			
Циљ Завршног рада је да студент покаже да је овладао знањима и стекао вештине и компетенције потребне за самосталан рад у области менаџмента и организације. Такође, циљ је упознавање са облашћу менаџмента и организације кроз детаљнију разраду изабране теме из те области, оспособљавање студената за самосталан истраживачки и практичан рад у области менаџмента и организације, оспособљавање за коришћење научне и стручне литературе.			
Исход завршног рада			
- развијање компетенција за бављење питањима из области менаџмента и организације; - развој креативних способности и овладавање специфичним практичним вештинама потребним за обављање послова менаџера, - овладавање знањима и вештинама неопходним за даље стручно усавршавање на следећим нивоима образовања; - оспособљеност да се резултати завршног рада прикажу научној и стручној јавности; - разумевање и примена знања из области менаџмента и организације у решавању конкретних питања, изазова и проблема; - оспособљеност за прикупљање, тумачење и обраду емпиријских података, као и реализацију и примену резултата истраживања тржишта; - оспособљеност за примену специфичних техника и алата у области менаџмента; - демонстрирање креативног приступа сложеним проблемима, као и вештине формулисања, аргументованог интерпретирања и критичког процењивања практично примењивих препорука у домену менаџмента и организације.			
Садржај предмета			
Завршни рад представља истраживачки рад у оквиру кога се студент упознаје са методологијом истраживања у области менаџмента и организације. Након обављеног истраживања, студент припрема завршни рад у форми која садржи следећа поглавља: Увод, Теоријски део, Емпиријски део, Резултати и дискусија, Закључак, Преглед литературе. Након завршеног рада, студент предаје рад ментору, који оцењује рад, даје евентуалне примедбе и сугерише корекције. Након позитивног извештаја ментора формира се комисија и одобрава јавна одбрана завршног рада.			
Литература			
Литература препоручена од стране ментора.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава	Практична настава
Методе извођења наставе			
Дескрипција, анализа, синтеза, емпиријска истраживања, анализа примера из праксе и сл..			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит
Завршни рад		70	Одбрана завршног рада
			30