

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
	КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Факултет за инжењерски менаџмент

КЊИГА ПРЕДМЕТА
Менаџмент

Београд

2025.

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАѢМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - МенаѢмент		

Садржај

<u>Управљање у глобалној економији (21.МAM001)</u>	1
<u>Организациони дизајн и понашање (21.МAM002)</u>	4
<u>Предузетништво и иновације (21.МAM03А)</u>	6
<u>Маркетинг менаѢмент (21.МAM03В)</u>	8
<u>Савремене тенденције у области менаѢмента људских ресурса (21.МAM04А)</u>	10
<u>Дигитални бизнис (21.МAM04В)</u>	12
<u>Пословна анализа (21.МAM005)</u>	14
<u>Студијско истраживачки рад на теоријским основама мастер рада (21.МAM006)</u>	16
<u>Стручна пракса (21.МAM007)</u>	17
<u>Мастер рад - израда и одбрана (21.МAM008)</u>	18

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Наставни предмет	Управљање у глобалној економији
Ознака предмета: 21.МAM001	
Број ЕСПБ: 8	
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Обавезан предмет
УНО предмета	Економске науке
Наставници:	Јурчић З. Ана, Доцент Хаљиљи К. Бљерим, Редовни професор

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета је стицање проширених знања о глобализацији, тенденцијама у светској привреди, као и настанку, развоју и перспективама кључних институција и макроекономских политика; предмет има за циљ разумевање глобалних економских трендова и њихових узрока и последица, функционисање система ГАТТ/ВТО и његова постигнућа и недостатке, као и анализу узрока и последица трговинских баријера и ограничења међународне трговине. Студенти истражују економске и политичке аспекте међународних трговинских споразума, како и импликације тих споразума за националне и мултинационалне компаније. Предмет такође укључује анализу улоге институција као извора конкурентске предности у контексту директних страних инвестиција и међународних уговора. Кроз овај предмет, студенти развијају разумевање светске економске динамике, међународних тржишта и управљања условима глобалне конкуренције. Такође, циљ је припремити студенте за лидерску улогу у међународном пословању, усмеравањем

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета су усвојена теоријска знања и оспособљеност студената да разумеју процес глобализације и његових ефеката на међународну трговину; оспособљеност за анализу истраживања међународних трговинских споразума, укључујући рад Светске трговинске организације и регионалних трговинских споразума; оспособљеност за анализу деловања старих и нових актера у процесима савремене економске глобализације; оспособљеност за праћење и примену новина у струци, употребу информационо-комуникационих технологија у овладавању знањима у области глобалне економије. Поседовањем знања о факторима који утичу на пословне перформансе, студенти ће бити оспособљени да анализирају и реагују на изазове међународне конкуренције и разлике у институционалним политикама међу земљама; оспособљеност да анализирају извештаје и препоруке појединих међународних организација и да креативно развијају сопствене приступе анализи савремених улога најзначајнијих глобалних актера; стицање и развој вештина за успешно управљање у светској економији.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава
Увод у предмета; Логика економске глобализације; Еволуција глобалног трговинског система; Глобализација: трендови у глобалној економији, преглед узрока и последица; Функционисање, постигнућа и недостаци система ГАТТ/ВТО; Трговинске баријере: узроци и последице ограничења међународне трговине; Развој глобалног монетарног и финансијског система; Глобална валута; Економија и политика међународних трговинских споразума; Национална држава и глобализација; Импликације трговинских споразума за националне и мултинационалне компаније; Теорија компаративних предности, Ресурси земаља у факторима производње, Емпиријско тестирање предвиђања теорије, Емпиријска анализа, институције као извор конкурентске предности, Директни страни инвестиције и међународни уговори; Економски национализам у глобализованом свету; Улога транснционалних компанија у глобалним економским односима; Глобална неједнакост; Дигитална економија за глобално доба; Глобалне економске кризе;
Практична настава
Ближе појашњавање неких од тема које се обрађују на предавањима; Практичан рад: истраживање економских и политичких аспеката међународних трговинских споразума, и импликације тих споразума за националне и мултинационалне компаније; Анализа узрока и последица трговинских баријера и ограничења међународне трговине; Студија случајева; Презентовање пројекта и остварених резултата; Припрема колоквијума и испита. Евалуација реализоване наставе и анализа њених резултата.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Активност на часу		Да	4.00	Писани испит	25.00
Колоквијум		Да	30.00	Усмени испит	26.00
Присуство на предавањима		Да	5.00		
Самостални рад - презентација		Да	10.00		
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Salvatore D.	Међународна економија	Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd	2016
2	Пол Кругман	Међународна економија – теорија и политика	Дата статус, Београд	2010
3	Бранко Милановић	Глобална неједнакост: нови приступ за доба глобализациј	Академска књига, Нови Сад	2016
4	Kyle Bagwell and Robert W. Staiger.	The Economics of the World Trading System	MIT Press	2004
5	Carlo Monticelli,	Reforming Global Economic Governance: An Unsettled Order,	Routledge	2019
6	Jeffry A. Frieden	Global Capitalism	W. W. Norton & Company	2020
7	Abhijit V. Banerjee, Esther Duflo	Good Economics for Hard Times	PublicAffairs	2019
8	Douglas A. Irwin	Free Trade Under Fire	Princeton University Press	2020
9	Matthew C. Klein, Michael Pettis	Trade Wars Are Class Wars: How Rising Inequality Distorts the Global Economy and Threatens International Peace,	Yale University Press	2020
10	Barry Eichengreen	The Populist Temptation: Economic Grievance and Political Reaction in the Modern Era	Oxford University Press	2018

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент

Наставни предмет	Организациони дизајн и понашање			
Ознака предмета: 21.МAM002				
Број ЕСПБ: 8				
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Организационе науке			
Наставници:	Красуља Д. Невена, Редовни професор			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области организационог дизајна и организационог понашања. Упознавање са редизајнирањем, односно дезорганизовањем, како би се успоставио нови дизајн организације; са различитим организационим структурама и процесима; оспособљавање студената како да изврше процену подобности постојеће или предложене структуре, како да идентификују слабости структуре и да воде пројекат организационог дизајнирања. Дубље разумевање основних мотива који утичу на понашање људи и како се може утицати на те мотиве; како развити ефикасне и значајне међуљудске односе на радном месту. Ово укључује разумевање ефикасне и неефикасне употребе моћи и утицаја, и учење како решавати конфликте. Фокус ће такође бити на развој талената и подстицање ефикасног тимског рада, као и како да се промовише организациона култура усмерена на мисију компаније. Дубље разумевање како развијати и водити људе у глобалном пословном окружењу

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета јесу усвојена теоријска знања и оспособљеност студената да разумеју различите организационе могућности и перспективе и њихове међусобне везе; овладаће принципима за дизајнирање организације и других активности; разумеће везу између менаџмента, организационог дизајна и ефикасности;. Разумеју значај организационог понашања кроз улогу заинтересованих страна, организационе компромисе, питања индивидуалног понашања, опажање и схватање ситуација, изградњу тимова високих перформанси, доношење одлука, лидерство, организациону културу, дизајн организација и организационо учење.

3. Садржај/структура предмета:

Увод у предмет; Детерминанте организационе структуре, Значај организације и организационе структуре: Организације и организационе теорије - сврха и схватање организације; концепти организационог дизајна и организационе структуре; организациона теорија – организациони дизајн и организационо понашање; интерни и екстерни фактори организационе структуре; Холистичка организација и њене карактеристике, Самоорганизација као напреднији облик организационог дизајна, успостављање повезаности организовања, реорганизовања и дезорганизовања дизајнирање, Креирање организационе климе. Употреба лидерства као извора моћи (употреба и злоупотреба), овлашћење и поверење. Најновији концепти вођења у организацијама. Ефикасно управљање тимовима у глобалним и разноликим пословним контекстима. управљање организационим променама, организационим конфликтима и понашањем; Управљање организационим променама, организационим конфликтима и понашањем; Управљање очекивањима, Изазови у преговарању. Емоционалне стране конфликта и исцељење нарушених односа. Стварање и мењање организационе културе.

Практична настава:
Практичан рад: Анализа добрих и лоших страна појединих организационих форми; Анализа посебних организационих форми; Студије случаја; Дискусија; Разрада актуелних тема које су обрађене на предавањима и превођење истих на практичан терен. Презентовање пројекта и остварених резултата.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Активност на часу		Да	4.00	Писани испит	Да 25.00
Колоквијум		Да	30.00	Усмени испит	Да 26.00
Присуство на предавањима		Да	5.00		
Самостални рад - презентација		Да	10.00		

Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година
1	Ондреј Јашко, Чуданов Младен, Јевтић Милош, Кривокапић Јован.	Организациони дизајн – приступи, методе и модели		ФОН, Београд	2017
2	В. Џамић	Организационо понашање и корпоративна култура		Универзитет Сингидунум	2021

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3	Петковић М	Организационо понашање	Економски факултет Београд	2011
4	Војислав Вученовић, ет.ал	Холистичка теорија организације	Факултет за образовање дипломираних правника и дипломираних економиста за руководеће кадрове, Нови Сад	2011
5	Joseph, J. Baumann, O. Burton, Richard, Srikanth, K	Organization design.	Emerald Publishing	2019
6	Huczynski A A & Buchanan D A	Organisational Behaviour (10th edition)	FT/ Prentice Hall, Harlow	2019
7	Daft R.L.	Organization Theory and Design. 12th ed.	Cengage Learning	2019
8	Станковић Раде, Радић Владо	Организациони дизајн	ВШПЕП, Београд	2014

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАѢМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43
КЊИГА ПРЕДМЕТА - МенаѢмент

Наставни предмет	Предузетништво и иновације
Ознака предмета: 21.МAM03А	
Број ЕСПБ: 7	
Програм(и) у којем се изводи	МAM - МенаѢмент (МАС), Изборни предмет
УНО предмета	МенаѢмент и маркетинг
Наставници:	Раут Абрамовић Д. Јелена, Доцент Ковачевић В. Милан, Доцент

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области предузетништва и иновација; упознавање студената са теоријом, концептима, политикама и праксом предузетништва заснованог на иновацијама. Омогућити студентима да упознају нове научне парадигме о савременом стратегијама и предузетништву, овладају кључним принципима савремених теорија предузетничког процеса, принципима иновативности, креативности и савременим методама доласка до пословних идеја, али и њихове реализације и комерцијализације. Да се студентима приближи начин предузетничког размишљања кроз анализу студија случаја и омогући стицање знања, вештина и ставова који су потребни да би се предузетнички подухват покренуо, водио и развијао. Студенти ће спознати нове предузетничке стратегије: стратегије коришћења новог уласка, управљање иновацијама и експоненцијалним растом, нови приступ и креирање унутрашњих и спољњих ресурса за раст и развој предузетничких организација и др.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета јесу усвојена теоријска знања и оспособљеност студената да разумеју проблеме савременог предузетништва и иновација; оспособљени су да стекну нова знања о принципима, процесима и општим и посебним решењима у вези покретања истраживања и реализације будућих предузетничких подухвата; оспособљеност за препознавање кључних проблема из области савременог предузетништва и за самостално или тимско реаговање у правцу њиховог иновативног решавања; оспособљени су за проналажење иновативних решења у савременом пословању примјењујући кључна знања из предузетничке економије о методама и техникама доношења економских одлука применом савремених информационо-комуникационих технологија у вези с предузетничким подухватима.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријски део:
Увод у предмет; Улога предузетника и предузетништва у развоју националних економија Глобални феномен предузетничке културе. Теоретски концепт и генеза организационе стратегије и предузетништва; Концепти и алати за анализу екстерних и интерних фактора и утицајних сила на пословну успешност; Стратешки савези, токови информација конкурентности; Примена напредних технологија у стратегији и предузетништву, Глобализација, дигитализација и предузетничко друштво: 4.0 ера. Стратегије за предузетнички бизнис; Креативни предузетнички процес, Предузетнички подухват од идеје и имплементације до комерцијализације, Предузетничка организација и стратегија раста и развоја, Посебне предузетничке организације, Корпоративно предузетништво. Социјално предузетништво. Предузетништво жена. Стратегије и инструменти процене ризика у предузетништву; Иновативни пословни модели: Канвас пословно моделирање - The Canvas. Lin startup proces – The Lean start up. Меке иновације и креативна индустрија. Дигитализација и иновације у ери 4.0. Улога предузетничког образовања у развоју предузетничке културе. Институције предузетничке инфраструктуре (пословни инкубатори, кластери, цоворкинг простори, акцелератори, технолошки паркови). Стратегије и предузетнички бизнис у Србији; Пословно предвиђање и дигитални мегатрендови будућности.

Практичан рад:
Ближе појашњавање неких од тема које се обрађују на предавањима; Практичан рад: Израда пословног и предузетничког плана; Практичан рад на анализи компанијских стратегија и предузетничког бизниса (индустријалци, хотелијери, банкарци, угоститељи, итд); Рад на анализи, оцени и припреми реалних програма и развојних бизнис пројеката; Истраживања у оквиру одабраних тема предузетништва и иновација; Анализа одабраних студија случаја; Презентовање семинарског рада и остварених резултата.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Активност на часу	Да	6.00	Писани испит	Да	25.00
Колоквијум	Да	30.00	Усмени испит	Да	26.00
Присуство на предавањима	Да	5.00			
Самостални рад - презентација	Да	8.00			

КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Петковић С.	Предузетништво и иновације у дигиталној ери	Универзитет у Бања Луци, Економски факултет Бања Лука	2021
2	Трбовић А., Чавошки А.уреднице зборника	Иновације и предузетништво: алати за успех на тржишту ЕУ	Факултет за економију, финансије и администрацију, Универзитет Сингидунум, Београд	2012
3	Петковић, С., и Милановић, М	Лабораторија идеја. Од идеје до предузетничког подухвата	Бања Лука: Универзитет у Бањој Луци, Економски факултет	2017
4	Пауновић, Б.	Предузетништво и управљање малим предузећем. 3. издање	Београд: Универзитет у Београду, Економски факултет.	2017
5	Станковић Љ., Раденковић Јоцић Д., Новићевић Б., Ђукић С., Младеновић И.	Утицај иновација на пословне перформансе предузећа	Економски факултет, Ниш	2015
6	Стошић Б.	Менаџмент иновација – експертни системи, модели и методи	ФОН, Београд	2007
7	Deakins, D., & Freel, M.	Предузетништво и мале фирме	Београд: Дата статус	2012
8	Вукмировић, Н.	Предузетништво у економској теорији и пракси	Бања Лука: Универзитете у Бањој Луци, Економски факултет	2012
9	Сагић З	Иновације и предузетништво	Високо пословно-техничка школа Ужице	2016
10	Јовановић И	Предузетништво у савременим условима пословања	Универзитет у Београду, Технички факултет Бор	2015

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент

Наставни предмет	Маркетинг менаџмент			
Ознака предмета: 21.МAM03В				
Број ЕСПБ: 7				
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Изборни предмет			
УНО предмета	Менаџмент и маркетинг			
Наставници:	Љепава Н. Николина, Ванредни професор			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови: Нема				

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области маркетинг менаџмента; Специфични циљеви предмета огледају се у упознавању студената са улогом маркетинг менаџера у организацији и примени маркетинг концепата у различитим менаџерским ситуацијама Упознавање студената са улогом маркетинга за доношење менаџерских одлука и оквиром за анализу пословних ситуација; са улогом маркетинга у оквиру предузећа и кључних активности које изврши менаџери маркетинга обављају, са анализом и разумевањем потрошачког понашања и развоја односа са купцима, као и са увидима у принципе сегментације тржишта, циљања и позиционирања; са кључним елементима дизајна ефикасног маркетиншког микса; са критичком рефлексијом етичких и еколошких димензија маркетиншких активности.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета јесу усвојена теоријска знања и оспособљеност студената да дубински разумеју концепте, моделе и парадигме које чине основу маркетинга менаџмента. Разумеће улогу и место маркетинга у систему пословног одлучивања организација; биће оспособљен да креира истраживачке инструменте за прикупљање примарних информација неопходних за доношење маркетиншких одлука; оспособљен да доноси стратешке и важније тактичке маркетиншке одлука из домена производа, цена, промоције и дистрибуције. Поред тога, савладавањем предмета студенти ће бити оспособљени да презентују, објасне и бране одређена научна становишта, као и да професионално одговарају на различите ставове других студената.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

Увод у предмет, Разумевање маркетинг менаџмента Компаније, бизнис и маркетинг стратегија; Планирање, имплементација и контрола маркетинг стратегија; Маркетинг окружење, Стварање вредности за купце, сатисфакција и лојалност; Истраживање пословних тржишта и тржишта финалних потрошача Понашање потрошача и процес доношења одлука потрошача; Маркетинг истраживање; Сегментација тржишта и позиционирање производа; Идентификовање тржишних сегмената; Маркетинг информације и знање као ресурс; Маркетиншка интелигенција и менаџмент знања; Стратегија тржишног таргетирања; Таргетирање у различитом маркетиншком окружењу; Стратегија позиционирања; Стратегијско повезивање; Планирање нових производа; Бренд менаџмент; Брендмирање производа и услуга, Стратегије производа и дизајнирање услужног портфолија; Стратегија канала дистрибуције; Стратегијска улога цена; Стратегија промоције; Маркетинг информациони системи Интернет стратегије; Стратегије директног маркетинга; Социјални медији; Блогови; Он лине видео, мобилне апликације; word of mouth комуникација. Маркетинг у међународном окружењу. Управљање техникама директних комуникација - Креирање успешног дугорочног раста

Практична настава

Провера и утврђивање теоријских знања; Анализа примера из праксе домаћих и страних компанија; Истраживања у оквиру одабраних тема маркетинг менаџмента; Анализа одабраних студија случаја; Дискусија одабраних тема уз активно учешће студената. Презентовање семинарског рада и остварених резултата.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Активност на часу	Да	6.00	Писани испит	Да	25.00
Колоквијум	Да	30.00	Усмени испит	Да	26.00
Присуство на предавањима	Да	5.00			
Самостални рад - презентација	Да	8.00			

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Filip Kotler	Kevin Lejn Keler Marketing menadžment - dopunjeno izdanje	Data status	2017
2	Филиповић В., Костић Станковић М.	Маркетинг менаџмент	ФОН, Београд	2014

КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3	Владимир Стојановић	Маркетинг - менаџмент истраживања-друго, ревидирано издање	Европски дефендологија центар за научна, политичка, економска, социјална, безбједносна, социолошка и криминолошка истраживања, Бања Лука	2018
4	Lovreta, S.	Kanali marketinga	CID, Ekonomski fakultet, Beograd	2019
5	Cravens, W. D., Piercy, N.,	Strategic Marketing, 9th Edition	Mc-Graw Hill	2009
6	Lamb, W. C., Hair, F. J., McDaniel, C.,	Marketing	South-Western Pub	2010
7	Farris, W. P., Bendle, T. N., Pfeifer, E. P., Reibstein, J. D.,	Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance	Wharton School Publishing	2010
8	Scott, M. D.,	The New Rules of Marketing and PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasting, Viral Marketing, & Online Media to Reach Buyers Directly,	John Wiley & Sons	2011
9	Fahy, J. and Jobber.	Foundations of Marketing, 6th Edn.	McGraw-Hill, London	2019
10	Jobber, D. and Ellis-Chadwick, F.	Principles and Practice of Marketing, 9th Edn.	McGraw-Hill, Maidenhead	2020
11	Ouwersloot, H., Duncan, T.,	Integrated Marketing Communications, European edition,	McGraw-Hill	2008
12	Ennew, C., Waite, N.,	Financial Services Marketing,	Butterworth-Heinemann, UK	2007

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Наставни предмет	Савремене тенденције у области менаџмента људских ресурса
Ознака предмета: 21.МAM04А	
Број ЕСПБ: 7	
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Изборни предмет
УНО предмета	Менаџмент и бизнис
Наставници:	Стојановић-Вишић Д. Биљана, Доцент

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области савремених тенденција у области менаџмента људских ресурса. Упознавање студената са менаџментом људских ресурса и управљачким методама и техникама које подстичу организациону успешност; упознавање са најновијим развојем и иновацијама у управљању људским ресурсима. Кроз овај предмет, студенти ће разумети нове стратегије и технике рекрутовања, обуке и задржавања талената у савременим организацијама, Оспособљавају се да процене утицај унутрашњих и спољашњих фактора, као и технологију организовања менаџмент процеса, метода и техника мотивисања запослених, посебно радника знања, те управљање људским ресурсима у кризним временима, бенчмарковање организација. Да се упознају са новим концепатима и техникама уз примену напредних технологија у менаџмент процесу од регрутовања и селекције до отпремања кадрова. Такође, циљ је развити њихове вештине анализе и примене савремених ко

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета јесу усвојена теоријска знања и оспособљеност студената за разумевање и савладавање концепата, начела, метода и стратешких оријентација менаџмента људских ресурса у организацији; развој студената у структурираном разумевању нових и комплексних аспеката управљања људским ресурсима у савременим организацијама; Оспособљени су за примену најновијих метода и стратегија у области рекрутовања, обуке, развоја каријере и управљања радном снагом; оспособљеност да разумеју, уочавају и решавају новонастале проблеме у организацији а који се тичу менаџмента људских ресурса. Кроз овај исход, студенти ће бити способни применити савремене концепте у људским ресурсима и допринети унапређењу радне ефикасности и задовољства запослених у будућим организационим окружењима.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава
Увод у предмет; Концепт и развој менаџмента људских ресурса у организацији; Појам и значај менаџмента људских ресурса у савременом бизнису. Разумевање улоге људског фактора у организацији, Фактори који утичу на управљање људским ресурсима. Управљање радним законодавством и процесима; Организација и управљање пословима и задацима менаџмента; Анализа послова и процес дизајнирања радних задатака. Обезбеђивање и упошљавање људских ресурса; Процеси обезбеђивања и избора кандидата. Упошљавање и основе социјализације запослених; Учење, обука и развој потенцијала запослених; Планирање и развој каријере запослених; Мотивисање и односи са запосленима у организацији; Управљање међуљудским односима у организацији; Здравље и безбедност на раду; Оцењивања перформанси запослених у организацији; Вредновање радне успешности; Управљање у кризним временима; Управљачки информациони систем људских ресурса; Бенчмаркинг у менаџменту људских ресурса; Тенденције у управљању људским ресурсима у технолошком окружењу; Вештачка интелигенција у управљању људским ресурсима. Стратешки аспект менаџмента људских ресурса у организацији; Интернационални менаџмент људских ресурса.

Практична настава:
Ближе појашњавање неких од тема које се обрађују на предавањима; Практичан рад: Анализа послова и процес дизајнирања радних задатака; Оцењивање перформанси запослених у организацији; Апликације конкретних случаја. Тимске вежбе. Етичке дилеме. Студије случаја. Презентовање семинарског рада и остварених резултата.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Активност на часу	Да	6.00	Писани испит	Да	25.00
Колоквијум	Да	30.00	Усмени испит	Да	26.00
Присуство на предавањима	Да	5.00			
Самостални рад - презентација	Да	8.00			

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Видоје Стефановић, Бошко Војновић, Снежана Урошевић	Менаџмент људских ресурса - Савремене стратегије и контроверзе	Институт за економику пољопривреде, Београд	2012

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
2	Грубић Нешић, Ј.	Развој људских ресурса	ФТН, Нови Сад	2014
3	Тот Савић, Т. Тот, В.	Стратегијски менаџмент људских ресурса као елемент конкурентности	Факултет за пословне студије и право, Београд	2019
4	Nick Wilton,	An Introduction to Human Resource Management, 4th Edition,	Sage: London	2019
5	Dessler G.	Fundamentals of Human Resource Management,	Pearson Education Limited	2015
6	Machado, C., Davim, P.	Work Organization and Human Resource Management	Springer	2014
7	Ariely, D.	Payoff – The Hidden Logic That Shapes Our Motivations,	TedBooks, New York	2016
8	Богичевић Миликић, Б.	Менаџмент људских ресурса	Економски факултет, Београд	2011

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Наставни предмет	Дигитални бизнис			
Ознака предмета: 21.МAM04В				
Број ЕСПБ: 7				
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Изборни предмет			
УНО предмета	Менаџмент и бизнис			
Наставници:	Љепава Н. Николина, Ванредни професор			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови: Нема				

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области савремених дигиталног бизниса; Оспособљавање студената да разумеју како дигиталне технологије доводе до радикалних и инкременталних промена у бизнис моделима, пословним процесима, креирању вредности и стратегијама раста организација. Кроз овај предмет, студенти ће разумети како да интегришу дигиталне технологије и маркетинг стратегије за креирање успешних дигиталних бизнис модела. Такође, студенти ће развити способности за употребу иновативних технологија и анализу дигиталних трендова у циљу остваривања конкурентске предности на тржишту.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Исход предмета јесу усвојена теоријска знања и оспособљеност студената да демонстрирају дубоко разумевање концепата и стратегија у области дигиталног бизниса, укључујући е-комерц, интернет маркетинг, виртуелне платформе и мобилне апликације. Оспособљени да примене теоријско и практично знање за креирање и управљање онлајн бизнис пројектима, укључујући анализу тржишта, развој дигиталних маркетиншких кампања и усмеравање стратегија за ефикасну онлајн присутност. Оспособљени да процене и вреднују ефикасност дигиталних решења и алати за пословне циљеве. Оспособљени су да препознају и реагују на дигиталне трендове и иновације које обликују савремено пословање. Оспособљени за самосталан развој дигиталних пословних модела узимајући у обзир креирање вредности за циљне купце а узимајући у обзир екосистем и вишеслојну архитектуру дигиталних иновација.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава
Увод у предмет; Увод у дигитални бизнис, Историја и развој технологије Нова дигитална револуција. Како дигитална технологија мења менаџмент стратегију. Бизнис модел vs дигитални бизнис модел. Метрике у дигиталном свету. Монетизација у дигиталном свету. Употребу аналитичких алата и вишка података за оптимизацију бизнис процеса и одлука. Вредност података. Испорука вредности у дигиталном свету; Концепти дигиталног маркетинга, Е-комерц и онлајн продаја; Развој дигиталних производа и услуга, укључујући апликације, вебсајтове и виртуелне реалности; Стратегије мобилног маркетинга и развој мобилних апликација за различите платформе. Безбедности података и приватност у дигиталном окружењу и како заштитити бизнис и кориснике од хакерских напада. Концепт и употребу паметних уређаја у дигиталном бизнису. Етичке и правне импликације дигиталног бизниса.

Практична настава:
Ближе појашњавање неких од тема које се обрађују на предавањима; Практичан рад: анализа дигиталних трендова у циљу остваривања конкурентске предности на тржишту; Анализа тржишта и развој дигиталних маркетиншких кампања; Анализа одабраних студија случаја; Дискусија одабраних тема уз активно учешће студената. Презентовање семинарског рада; Припрема колоквијума и испита. Евалуација реализоване наставе и анализа њених резултата.

4. Методе извођења наставе:

наставе Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезн	Поена
Активност на часу	Да	4.00	Писани испит	Да	25.00
Колоквијум	Да	30.00	Усмени испит	Да	26.00
Присуство на предавањима	Да	5.00			
Самостални рад - презентација	Да	10.00			

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Sunil Gupta	Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business	Harvard Business Review Press	2018
2	David Rogers	The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age,	Columbia University Press,	2016

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3	Ђелић Ђ.	Дигитални пословни модели, електронска скрипта	ФТН	2019
4	Alexander Rauser	Digital Strategy: A Guide to Digital Business Transformation, Create Space	Independent	2016
5	Venkat Venkatraman,	The Digital Matrix: New Rules for Business Transformation Through Technology,	LifeTree Media.	2017
6	Francisco J. López Lubián; José Esteves,	Value in a Digital World: How to assess business models and measure value in a digital world,	Palgrave Macmillan	2017
7	Eloise Coupey	Digital Business: Concepts and Strategies, 2nd Edition	Routledge	2016

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Наставни предмет	Пословна анализа			
Ознака предмета: 21.МAM005				
Број ЕСПБ: 7				
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Менаџмент			
Наставници:	Стојковић З. Радомир, Доцент			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови: нема

1. Образовни циљ:

Циљ предмета јесте стицање нових и проширивање постојећих научних сазнања из области пословне анализе. Стицање искуства у квантитативној анализи у бизнису и упознавање са основним техникама анализе података. Оспособљавање студентата да разумеју кључне концепте у економској анализи. Ови концепти укључују прогнозирање, оптимизацију, визуализацију података, вишекритеријумско одлучивање и кластеровање података. Упознавање студента са финансијским циљевима предузећа, анализом резултата пословања, анализом ризика остварења резултата и показатеља пословања предузећа.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

По завршетку овог предмета студенти ће бити у стању да идентификују релевантне податке за дијагнозу пословног проблема и да генеришу смислене алтернативе одлука; да анализирају и интерпретирају приносни, имовински и финансијски положај предузећа, оцене кредитни бонитет и предвиде пословни неуспех предузећа; разумеју релевантност информација из анализе финансијских извештаја и информације из анализе финансијских извештаја примењују у управљачке сврхе.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава

Увод у предмет; Финансијски циљеви предузећа, организација, капацитети, запосленост, тржиште. Појам и предмет анализе, анализа биланса и друге дисциплине. Врсте, методе, средства анализе, послови анализе. Форма и садржина финансијских извештаја. Формирање биланса стања, анализа биланса стања. Анализа финансијског положаја предузећа. Методе сачињавања биланса успеха, Формирање анализе биланса успеха. Повезаност биланса стања и биланса успеха; Анализа расхода, анализа прихода. Анализа резултата пословања, анализа ризика остварења резултата. Хоризонтална и вертикална анализа финансијских извештаја, анализа новчаног тока Подбиланси успеха, врсте биланса. Рачуни, проблем исправности биланса. Показатељ пословања предузећа, анекс, извештај о пословању. Рацио анализа, Ду Понт анализа. Анализа структуре капитала, Анализа трошка капитала.

Практична настава:

Детаљнија анализа појединих методских јединица обрађиваних на предавањима, презентација практичних примера анализе пословања; Вертикална и хоризонтална анализа финансијских извештаја. Анализа приносног, имовинског и финансијског положаја предузећа. Оцена кредитног бонитета и предвиђање пословног неуспеха предузећа (анализа се изводи на примеру конкретног предузећа). Презентовање семинарског рада.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивни облици наставе подржани power-поинт презентацијама, анализа студија случајева, самостални рад студената, индивидуалне и колективне консултације, дискусионе и показне методе.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезн	Поена
Активност на часу	Да	6.00	Писани испит	Да	25.00
Колоквијум	Да	30.00	Усмени испит	Да	26.00
Присуство на предавањима	Да	5.00			
Самостални рад - презентација	Да	8.00			

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Родић, Ј., Андрић, М., Вукелић, Г., & Вуковић Г.	Анализа финансијских извештаја.	Економски факултет, Суботица	2017
2	Кнежевић С., Митровић А., Вујић М., Гргурић А.	Анализа финансијских извештаја	Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у Крагујевцу	2019

	УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3	Anderson, D.R. Sweeney, D.J., Williams, T.A. and Wisniewski, M.	An Introduction to Management Science: Quantitative Approaches to Decision Making.	South Western	2009
4	Pratt, J.	Financial Accounting in an Economic Context.	New Jersey: John Wiley & Sons	2011
5	Bergevin, P. M.	Financial Statement Analysis, An Integrated Approach.	New Jersey : Prentice Hall	2002
6	Кнежевић Г.	Анализа финансијских извјештаја	Универзитет Сингидунум, Београд	2011
7	Богетић П.	Анализа биланса	Економски факултет, Подгорица-Београд	2000
8	Žager K., Mamić Sačar I., Sever Mališ S., Ježovita A., Žager L.	Analiza financijskih izvještaja, 3. izmijenjeno i dopunjeno izdanje,	Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb	2017

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАѢМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - МенаѢмент	

Предмет завршног рада		Студијско истраживачки рад на теоријским основама мастер рада				
Ознака предмета: 21.МAM006						
Број ЕСПБ: 9						
Програм(и) у којем се изводи		МAM - МенаѢмент (МАС), Обавезан предмет				
УНО предмета		МенаѢмент				
Наставници:						
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
0.00	0.00	0.00	16.00	0.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови:						
1. Образовни циљ:						
<p>Примена основних, теоријско методолошких, научно-стручних и стручно-апликативних знања и метода на решавање конкретних организационих проблема у оквиру изабраног сегмента студијског програма МенаѢмент. Приликом израде студијско истраживачког рада акценат студента је на проблемском приступу теми, изучавању структуре и саме сложености, те на основу спроведене анализе изводи закључке о могућим начинима његовог решавања. Студент се охрабрује да развија критичко мишљење према позитивном законодавству, те да на основу спроведеног истраживања предлаже унапређења истог. Прикупљањем и анализом бројних извора литературе студент спознаје адекватне методе за анализу и решавање проблемских питања, те се упознаје са устаљеном праксом у решавању истих.</p>						
2. Исходи образовања (Стечена знања):						
<p>Оспособљавање студента да самостално примењује предходно стечена знања из различитих подручја студијског програма МенаѢмент ради сагледавања структуре задатог проблема и његове системске анализе у циљу извођења закључака о могућим правцима његовог решавања. Кроз прикупљање, анализу и самостално коришћење литературе, студенти проширују знања из изабраног сегмента студијског програма МенаѢмент, проучававајући различите методе и радове који се односе на сличну тему. Практичном применом стечених знања из различитих области код студената се развија способност да сагледају, своје место и улогу у изабраном мастер студијском програму: МенаѢмент, као и потребу за сарадњом са другим струкама и тимском радом.</p>						
3. Садржај/структура предмета:						
<p>Формира се појединачно у складу са потребом израде конкретног мастер рада, његове сложености и структуре. Студент према својим афинитетима и склоностима бира област студијско истраживачког рада односно предметног наставника са листе наставника на студијском програму који му дефинише конкретан задатак. Студент проучава стручну литературу, стручне и научне радове, завршне и дипломске – мастер радове студената који се баве сличном тематиком, врши анализе у циљу изналажења решења конкретног задатка који је дефинисан задатком мастер рада. Студијски истраживачки рад обухвата и активно праћење примарних сазнања из теме рада, информатичко-статистичку обраду података, израду семинара из уже научно наставне области којој припада тема мастер рада.</p>						
4. Методе извођења наставе:						
Консултације, семинари						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Семинарски рад		Да	49.00	Усмени испит	Да	51.00
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1	Томашевић. В. Илић Косановић Т. Томић. С.	Упутство и правилник о изради мастер рада на Факултту за инжењерски менаѢмент		Факултет за инжењерски менаѢмент	2023	

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Стручна пракса	Стручна пракса			
Ознака предмета: 21.МAM007				
Број ЕСПБ: 3				
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Менаџмент			
Наставници:				
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
0.00	0.00	0.00	0.00	6.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови: Нема

1. Образовни циљ:

Циљеви стручне праксе су стицање непосредних сазнања о функционисању, организацији и раду предузећа, агенција и институција, које се баве пословима у оквиру струке за коју се студент оспособљава и могућностима креативне примене претходно стечених знања. Стручна пракса се изводи у у трајању од 90 часова. Студент има могућност избора организације у којој ће да реализује стручну праксу. За време обављања стручне праксе студент мора поштовати кодекс понашања организације у којој изводи стручну праксу, те из тих разлога одговара за своје понашање. По обављеној стручној пракси студент је у обавези да води евиденцију о својим активностима и по завршетку праксе да достави дневник стручне праксе.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Након реализоване стручне праксе студент је упознат са делокругом рада изабране инситуције/организације; оспособљен да препознаје и критички сагледава организационе проблеме; да систематично приступа решавању проблема и понуди аналитичке одговоре и решења; оспособљен је примењује стандарде пословне етике, да успостави професионални однос и адекватну комуникацију у радној средини и ширем окружењу; оспособљен је да користи ресурсе и савремену технологију у свакодневном раду; компетентност студента да разуме своју мисију и да на основу тога стекне нова знања из праксе која ће му бити неопходна за послове које ће обављати као будући мастер менаџер.

3. Садржај/структура предмета:

У циљу упознавања са конкретним проблемима у будућем позиву студенти се упућују да проведу предвиђени број радних часова у институцијама/организацијама у ужој и широј околини. Садржај праксе се утврђује за сваког студента посебно у складу са компетенцијама студента и потребама организације. Студенти добијају на радним местима одређене задатке на чијем извршавању се огледа дотадашњи степен усвојености предвиђених знања у студијском програму мастер Менаџмент. Задаци које студенти добијају су у непосредној вези са пословима које би они требало да обављају након окончања студија. Током стручне праксе се води Дневник рада у који се уносе све активности које су студенту поверене.

4. Методе извођења наставе:

Студенти добијају листу пословних система са којима Факултет за инжењерски менаџмент има остварену сарадњу. Студенти бирају са листе пословни систем у којем желе да обавља праксу. Студенти могу да предложе и друге пословне системе, који су спремни да сарађују и који могу да обезбеде ментора у установи. Факултет доноси коначну одлуку у којој ће организацији студенти обављати стручну праксу у складу са њиховим знањима, вештинама, способностима, радном етиком и интересовањима. Студенти добијају стандардизовани упут факултета неопходан за извођење праксе, као и стандардизован образац дневника праксе. Студент затим обавља стручну праксу у организацији. Дневник праксе потписује ментор из организације. Организација може да достави и листу остварених компетенција студената.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезн	Поена
Пројектни рад	Да	29.00	Одбрана дневника праксе	Да	51.00
Студентска пракса	Да	20.00			

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Томашевић, В., Илић-Косановић, Т., Томић, С.	Упутство и правилник о похађању стручне праксе на мастер студијама Факултета за инжењерски менаџмент	Факултет за инжењерски менаџмент	2023

УНИВЕРЗИТЕТ "УНИОН-НИКОЛА ТЕСЛА", ФАКУЛТЕТ ЗА ИНЖЕЊЕРСКИ МЕНАЏМЕНТ 11000 БЕОГРАД, БУЛЕВАР ВОЈВОДЕ МИШИЋА 43	
КЊИГА ПРЕДМЕТА - Менаџмент	

Завршни рад	Мастер рад - израда и одбрана
Ознака предмета: 21.МAM008	
Број ЕСПБ: 11	
Програм(и) у којем се изводи	МAM - Менаџмент (МАС), Обавезан предмет
УНО предмета	Менаџмент
Наставници:	

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
0.00	0.00	0.00	0.00	4.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови: Претходно положени сви испити

1. Образовни циљ:

Циљ мастер рада се огледа у потврди да је студент овладао знањима и стекао потребне компетенције за самосталан рад у одређеној научној или стручној области, те да је оспособљен да систематизује и повезује стечена знања из предметних области мастер студија Менаџмент у кохерентну сазнајну целину. Циљ мастер рада се огледа нарочито у обради практичног, истраживачки оријентисаног задатка од стране студента, и то путем детаљне разраде једне теме из одабране области, развијајући индивидуални приступ у примени теоријских знања и практичних вештина.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Оспособљеност студената да сагледају потребе корисника, организације, предузећа у свим његовим процесима, пројектују решења, воде те процесе, да решавају реалне практичне проблеме који се јављају у пракси. Развој способности критичког мишљења, способност примене знања и вештина у решавању проблема у новом или непознатом окружењу.

3. Садржај/структура предмета:

Мастер рад представља истраживачки рад студента у области Менаџмента. Реализација истраживања у оквиру мастер рада подразумева фазе: Предистраживање, Прикупљање података. Обрада података као технички поступак који се обавља обележавањем, пребројавањем, укрштањем и табелирањем података и њиховим исказивањем; Анализа података и закључивање је активност припремања одговора на практична питања струке; Извештај о резултатима истраживања има за циљ да предочи добијене резултате. После обављених истраживања студент припрема мастер рад који има одређену форму: увод, теоријски део, експериментални део, резултати и дискусија, закључак и преглед литературе.

4. Методе извођења наставе:

Студент бира тему за мастер рад у договору са предметним наставником – ментором, који га упућује у начин писања рада и саветује потребну литературу. Након завршетка рада и отклањања евентуалних недостатака које је наставник – ментор уочио, мастер рад мора да прође проверу кроз софтвер за препознавање плагијата Турнитин. Одбрана мастер рада се обавља усменим излагањем кандидата о постигнутим резултатима пред комисијом од најмање три члана.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезн	Поена
Припрема мастер рада	Да	50.00	Одбрана рада	Да	50.00

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1	Томашевић В., Илић-Косановић Т., Томић С.	Упутство и правилник о изради мастер рада на Факултету за инжењерски менаџмент	Факултет за инжењерски менаџмент	2023