

SVEUČILIŠTE U MOSTARU

EKONOMSKI FAKULTET

# **NASTAVNI PLAN I PROGRAM**

Diplomski (dvogodišnji) studij

**RASPORED NASTAVNIKA**  
po predmetima u akademskoj 2021./22.

**DVOGODIŠNJI DIPLOMSKI (MASTER) STUDIJ POSLOVNE EKONOMIJE**

Predmet	ECTS	Nastavnik	P
<b>I semestar</b>			
<b>Zajednički predmeti</b>			
Makroekonomija	6		60
Ekonomska politika	6		60
<b>Smjer: Računovodstvo i financije</b>			
Upravljanje bankama	6		60
Revizija	6		60
Izborni predmet 1	6		60
<b>Smjer: Marketing</b>			
Promocija	6		60
Marketing poslovnih tržišta	6		60
Izborni predmet 1	6		60
<b>Smjer: Menadžment</b>			
Međunarodni menadžment	6		60
Menadžment neprofitnih organizacija	6		60
Izborni predmet 1	6		60
<b>Smjer: Poslovna informatika</b>			
Elektroničko poslovanje	6		60
Softversko inženjerstvo	6		60
Izborni predmet 1	6		60

Predmet	ECTS	Nastavnik	P
<b>II semestar</b>			
<b>Zajednički predmet</b>			
Međunarodno poslovanje	6		60
Javne financije	6		60
<b>Smjer: Računovodstvo i financije</b>			
Upravljačko računovodstvo	6		60
Fiskalna politika EU	6		60
Izborni predmet 2	6		60
<b>Smjer: Marketing</b>			
Upravljanje proizvodom	6		60
Strategije marketinga	6		60
Izborni predmet 2	6		60
<b>Smjer: Menadžment</b>			
Strateški menadžment	6		60
Metodika projektiranja organizacije	6		60
Izborni predmet 2	6		60
<b>Smjer: Poslovna informatika</b>			
Poslovna inteligencija	6		60
Umjetna inteligencija	6		60
Izborni predmet 2	6		60

Predmet	ECTS	Nastavnik	P
III semestar			
Zajednički predmet			
Izrada projekta	4	Nastavnik kod koga se radi diplomski	
Smjer: Računovodstvo i financije			
Komparativni fiskalni sustavi	7		60
Međunarodni financijski menadžment	7		60
Financijsko izvještavanje i revizija	6		60
Računovodstvo odgovornosti	6		60
Smjer: Marketing			
Poslovno istraživanje	7		60
Upravljanje markom	7		60
Marketing inovacija	6		60
Upravljanje prodajom	6		60
Smjer: Menadžment			
Strategijski menadžment ljudskih potencijala	7		60
Vodstvo	7		60
Pravo međunarodne trgovine	6		60
Upravljanje poslovnim procesima	6		60
Smjer: Poslovna informatika			
Upravljanje poslovnim podacima	7		60
Sustavi za upravljanje poslovnim procesima	7		60
Otkrivanje znanja u bazama podataka	6		60
Informatički menadžment	6		60
IV semestar			
Metodologija znanstveno-istraživačkog rada	4		30
Kritički prikaz	2	Nastavnik kod koga se radi diplomski	
Diplomski rad	24		

## IZBORNI PREDMETI

Predmet	ECTS	Nastavnik	P
<b>I semestar – Izborni predmet 1</b>			
<b>Smjer: Računovodstvo i financije</b>			
Računovodstvo financijskih institucija	6		60
Burze vrijednosnica	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Marketing</b>			
Upravljanje cijenama	6		60
Upravljanje odnosima s klijentima	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Menadžment</b>			
Menadžment organizacijskog ponašanja	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Poslovna informatika</b>			
Informatizacija poslovnih procesa	6		60
Poslovna prognostika	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60

Predmet	ECTS	Nastavnik	P
<b>II semestar – Izborni predmet 2</b>			
<b>Smjer: Računovodstvo i financije</b>			
Financiranje društvenih djelatnosti	6		60
Analiza financijskih izvještaja	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Marketing</b>			
Kanali distribucije	6		60
Marketing neprofitnih organizacija	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Menadžment</b>			
Obiteljski biznis	6		60
Upravljanje kvalitetom	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60
<b>Smjer: Poslovna informatika</b>			
Analiza financijskih izvještaja	6		60
Predmet s drugog smjera iz semestra	6		60

Naziv predmeta	Financijske institucije i tržišta
Šifra	DDS1R1
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	45+15
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Financijski sustav - pojam i struktura. Funkcije financijskog sustava. Tržišni vs. bankovni financijski sustavi; Suvremeni trendovi u financijama; Deregulacija i liberalizacija. Univerzalizacija vs. specijalizacija. Primjena informatičkih tehnologija. Rast konkurencije unutar i između financijskih sektora. Sekuritizacija. Izazovi supervizije financijskih institucija i tržišta; Pojmovno određenje financijskih tržišta; (Pojam, funkcije i vrste financijskih tržišta.), Novčano tržište, Devizno tržište, Tržište kapitala; Derivativna financijska tržišta, Globalno financijsko tržište; Sudionici na financijskim tržištima; Tržište kapitala. Pretpostavke za funkcioniranje tržišta kapitala, Zakonski okvir za funkcioniranje tržišta kapitala. Tržište obveznica. Tržište dionica. Tržište dugoročnih kredita; Financijski instrumenti. Pojam, vrste i karakteristike vrijednosnih papira; Instrumenti novčanog tržišta: Trezorski zapis, Komercijalni zapis, Depozitni certifikat, Bankarski akcept; Instrumenti tržišta kapitala. Obveznice: pojam, vrste i karakteristike. Obveznice prema karakteru naknade, obveznice prema sustavu osiguranja, obveznice prema sustavu amortizacije. Vrednovanje obveznica. Krivulja prinosa. Teorija očekivanja, teorija segmentiranih tržišta, kompozitna teorija; Upravljanje portfolijem obveznica. Aktivna i pasivna strategija upravljanja obveznicama. Strategija kompleksnog portfolija. Opća i pojedinačna fundamentalna analiza. Tehnička analiza. Rejting obveznica; Vlasnički vrijednosni papiri - dionice. Pojam, vrste i karakteristike. Obične i preferencijalne dionice. Opcije na preferencijalne dionice. Analiza dionica; Teorija efikasnih tržišta. Portfolio teorija. CAPM model; APT model; Konvertibilije - pojam, vrste i karakteristike; Emisija vrijednosnih papira; Derivirani financijski instrumenti. Terminalska tržišta. Forwards, Futures, Opcije, Swapovi. Financijske inovacije; Financijske institucije. Međunarodne financijske institucije - pojam, vrste i karakteristike. Depozitne i nedepozitne financijske institucije. Bankovne i nebankovne financijske institucije. Banke; Institucionalni investitori. Mirovinski fondovi. Osiguravajuće kompanije. Investicijski fondovi; Ostale financijske institucije. Burze. Burzovni indeksi; Financijski sustav BiH. Financijske institucije. Bankovni sustav BiH; Tržište kapitala u BiH. Nastanak i razvoj. SASE i BLSE. Institucije tržišta kapitala u BiH.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja omogućuju stjecanje temeljnih znanja o funkcioniranju financijskog sustava i svih njegovih sastavnih dijelova (institucije, tržišta, instrumenti, infrastruktura). Svrha je kolegija u interakciji kod studenata razviti kritički pristup razmatranju date problematike i sposobnost uvažavanja i odgovora na izazove s kojim se sučeljavaju u stalnom razvoju nacionalne i globalne financijske institucije i tržišta</li> <li>• Praktična znanja u području investiranja u financijske instrumente</li> <li>• Analiza investicijskih mogućnosti na financijskim tržištima</li> <li>• Modeliranje - strukturiranje portfolija</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saunders, A., Cornett, M. M.: Financijska tržišta i institucije, Masmedia, Zagreb, 2006.</li> <li>2. Mishkin, F. S., Stanley, E.G.: Financijska tržišta i institucije, 4. izdanje, Mate, Zagreb, 2005.</li> </ol>

Dopunska	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Van Horne, J.C., Financijsko upravljanje i politika, deveto izdanje, Mate, Zagreb, 1992.</li><li>2. Foley, B.J. Tržišta kapitala, Mate, Zagreb, 1993.</li><li>3. Prohaska, Z.: Analiza vrijednosnih papira, Infovest, Zagreb, 1996.</li><li>4. Pojatina, D.: Tržište kapitala, Ekonomski fakultet Split, 2000.</li><li>5. Lloyd, T. B.: Money, Banking and Financial Markets, Thompson South-Western, 2006.</li><li>6. Rose, P.: Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb, 2003.</li></ol>
----------	--

Naziv predmeta	Monetarna politika
Šifra	DDS1R2
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	45+15
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Novac – složenost prirode novca, novčani surogati, valuta i važenje; Novčani sustavi – bimetalistički, monumentalistički i suvremeni sustav papirne valute; Temeljni mehanizmi kreiranja novca – depozitna multiplikacija i kreditna ekspanzija; Monetarne institucije i kreiranje novca. Monetarni agregati – mjere ponude novca i mehanizam promjene; Monetarni agregati u BiH i RH, EU i SAD; Likvidnost. Središnja banka – pojam, ciljevi i funkcije; Neovisnost, transparentnost, odgovornost središnje banke. Komercijalno bankarstvo – pojam, bankarski poslovi; Razlike središnje i komercijalnih banaka. Vođenje monetarne politike – monetarna pravila, ciljevi, instrumenti i indikatori monetarne politike; Instrumenti monetarne politike; Monetarni transmisijski mehanizam; Monetarna politika u BiH, RH, EU i SAD. Sustav valutnog vijeća vs. monetarna suverenost. Monetarni i bankarski sustav BiH; Centralna banka Bosne i Hercegovine; Stanje, razvoj i specifičnost djelovanja bankarskog sektora BiH. Novac i inflacija; Inflacija – pojam, vrste i uzroci inflacije. Novac u međunarodnim plaćanjima; Monetarna politika i devizni tečaj; Međunarodni monetarni sustav. Europski monetarni sustav – euroizacija.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Teorijska i praktična znanja iz monetarne politike i vođenja monetarne politike</b></li> <li>• Razumijevanje prirode novca, mjerenja i anomalija novca u nacionalnoj ekonomiji i međunarodnim odnosima</li> <li>• Sposobnost primjene metoda analize i metoda istraživanja</li> <li>• Sposobnost analiziranja i pronalaženja rješenja za probleme funkcioniranja monetarnog sustava</li> <li>• Sposobnost kreativne uporabe informacija</li> <li>• Timski rad</li> <li>• Razvijanje verbalne komunikacije i rasprave</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lovrinović, I., Ivanov, M.: Monetarna politika, (u tisku)</li> <li>2. Perišin, I., Šokman, A., Lovrinović, I.: Monetarno-kreditna politika, Fakultet za ekonomiju i turizam „dr. Mijo Mirković“, Pula, 2004.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nikolić, N.: Osnove monetarne ekonomije, Split, Naklada Protuđer, 2007.</li> <li>2. Božina, L.: Monetarna teorija i politika, Sveučilište Jurja Dobrile Odjel za ekonomiju, Pula, 2008.</li> <li>3. Mishkin, F. S., The Economics of Money, Banking and Financial Markets, 6<sup>th</sup> Edition, Addison-4. Wesley: Reading, Mass. 2001.</li> <li>4. Handa, J., Monetary Economics, Routledge, 2000.</li> </ol>

Naziv predmeta	Matematika
Šifra	DDS1R3
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	45+45
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Elementi linearne algebre matrice. Zbrajanje matrica, množenje broja i matrice, množenje matrica. Inverzna matrica, transponirana matrica. Vektorski prostori. Skalarni produkt, ortogonalnost, norma, metrika. Vektorski potprostor, linearne kombinacije, linearna zavisnost i nezavisnost. Baza prostora i potprostora, dimenzija. Rang matrice, rang i regularnost. Sustavi linearnih jednačbi. Rješenje i egzistencija rješenja. Struktura skupa rješenja. Gauss-jordanov algoritam. Investiranje matrice. Determinante. Svojstva determinante, determinanta i regularnost. Cramerov sustav jednačbi. Sustavi linearnih nejednačbi. Skup rješenja. Konveksni skupovi, osnovna svojstva, ekstremne točke. Linearni ekonomski modeli. Problem linearnog programiranja. Međusektorski model. Dovoljni uvjeti egzistencije i nenegativnosti inverzne matrice za matricu tehnologije. Diferencijalni račun i primjene derivacije funkcije jedne varijable. Realni brojevi, realne funkcije jedne realne varijable, limes funkcije, operacije sa limesima, neprekidnost funkcije. Pojam i interpretacije derivacije. Derivacije elementarnih funkcija, derivacija inverzne i složene funkcije. Diferencijal. Derivacije višeg reda. Teoremi o srednjoj vrijednosti, taylorova formula. Derivacije funkcije više varijabli. Realne funkcije više realnih varijabli, limes i neprekidnost. Homogene funkcije, konveksne funkcije. Parcijalne derivacije, totalni diferencijal. Eulerov teorem. Implicitne funkcije. Parcijalne Derivacije i diferencijali višega reda, hesseova matrica. Komparativno statička analiza. Ekonomski modeli, ravnoteža, komparativno statička analiza ravnotežnih stanja. Ukupne, granične i prosječne veličine. Koeficijenti elastičnosti i parcijalne elastičnosti. Problemi optimuma. Globalni i lokalni ekstremi. Ekstremi funkcija jedne varijable, potrebni i dovoljni uvjeti. Ekstremi funkcija više varijabli bez ograničenja, potrebni i dovoljni uvjeti. Ekstremi sa ograničenjima, lagrangeovi multiplikatori. Funkcija proizvodnje, izokvante, supstitucija faktora, elastičnost supstitucije. Optimalna kombinacija faktora proizvodnje. Funkcija korisnosti, plohe indiferencije, optimalni izbor potrošača uz zadani budžet. Integralni račun i dinamička analiza Integrali. Neodređeni integral, svojstva, osnovne metode integracije. Površine, gornje i donje sume, određeni integral, osnovni teorem diferencijalnog i integralnog računa. Nepravi integral. Neke ekonomske primjene integrala.</p> <p>Diferencijalne jednačbe. Pojam i rješenje diferencijalne jednačbe. Diferencijalne jednačbe prvoga reda, separacija varijabli, egzaktne diferencijalne jednačbe, linearne jednačbe. Dinamika tržišnih cijena, ravnoteža, stabilnost ravnoteže.</p> <p>Neoklasični model rasta. Linearne diferencijalne jednačbe višeg reda s konstantnim koeficijentima, uvjeti stabilnosti rješenja, kvalitativna analiza. Diferencijske jednačbe. Pojam i rješenje diferencijske jednačbe. Linearne diferencijske jednačbe s konstantnim koeficijentima. Model paučine, model tržišta sa zalihama. Kvalitativna analiza.</p> <p>Financijska matematika. Jednostavni kamatni račun. Potrošački kredit. Složeni kamatni račun. Nominalni, relativni i konformni kamatnjak. Konačna i početna vrijednost prenumerando i postnumerando uplata i isplata. Zajam. Kontinuirano ukamačivanje.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
Upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima linearne algebre, diferencijalnog računa i integralnog računa s odgovarajućim ekonomskim primjenama. Razvijanje sposobnosti mišljenja i logičkog zaključivanja.	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pavlović, Poslovna matematika za ekonomiste, Ekonomski fakultet, Mostar, 1998.</li> <li>2. Alpha, C. Chiang, Osnovne metode matematičke ekonomije, MATE, d.o.o., Zagreb, 1994.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. L.D. Hoffman, G.L. Bradley, Calculus for Business, Economics and the Social and Life Sciences, McGraw-Hill, New York, 1989.</li> <li>2. Ostaszewski, Mathematics for Economics: Models and Methods, Blackwell, 1993.</li> <li>3. J. Soper, Mathematics for Economics and Business. An Interactive Introduction, Blackwell, Oxford, 2004.</li> </ol>



Naziv predmeta	Statistika
Šifra	DDS1R4
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	45+45
Sadržaj predmeta	
<p>Definicija statističkih pojava; Statistička istraživanja; Statistika kao znanstvena disciplina, razvoj statistike, predmet proučavanja i metode proučavanja; Osnovne statističke kategorije, statistički skup, statističko obilježje i statistički podaci; Statistički nizovi kvalitativnih i kvantitativnih podataka; Prikazivanje statističkih nizova u tablicama i pomoću grafikona; Analiza statističkih nizova; Potpune srednje vrijednosti, aritmetička, geometrijska i harmonijska sredina, momenti distribucije frekvencija; Položajne srednje vrijednosti, mod i medijan, kvantili; Mjerenje disperzije podataka; Nepotpune mjere disperzije, raspon varijacija, interkvartil i koeficijent kvartilne devijacije; Potpune mjere disperzije, varijanca, standardna devijacija i koeficijent varijacije; Standardizirana varijabla; Mjere oblika distribucije podataka; Mjerenje simetričnosti rasporeda podataka, mjera pomoću statističkih momenata, prema položaju srednjih vrijednosti i prema položaju kvartila; Mjerenje zaobljenosti modalnog vrha; Osnove teorije vjerojatnosti; Slučajna varijabla, distribucije vjerojatnosti diskretne slučajne varijable, odabrani modeli distribucije vjerojatnosti diskretne varijable; Distribucija vjerojatnosti neprekidne slučajna varijabla, odabrani modeli distribucije vjerojatnosti neprekidne varijable; Metoda uzoraka; Izbor uzorka, veličina uzorka i metode izbora; Sampling distribucija, pojam i teorijski oblik sampling distribucije najvažnijih parametara; Procjene parametara distribucije frekvencija; Procjena aritmetičke sredine i totala; Procjena proporcije i ukupnog broja statističkih jedinica koje imaju određeno svojstvo; Testiranje hipoteza; Testiranje hipoteza o odabranim parametrima; Testiranje hipoteza o razlici parametara; F-testovi, analiza varijance; <math>\chi^2</math>-test; Regresijski modeli; Model jednostavne linearne regresije, pokazatelji reprezentativnosti regresijskog modela, testiranje značajnosti regresijskog koeficijenta; Nelinearni regresijski modeli; Koeficijent linearne korelacije; Korelacija ranga; Vremenski nizovi, definicija i vrste vremenskih nizova; Grafičko prikazivanje vremenskih nizova; Pokazatelji dinamike; Indeksi vremenskog niza, pojedinačni i skupni; Modeli trenda, analiza modela trenda metodama regresijske analize.</p>	
Kompetencije	
Teorijska znanja i analiza. Osposobljavanje studenta za upotrebu osnovnih metoda deskriptivne i inferencijalne statistike s primjenom u području ekonomije i poslovne ekonomije.	
Literatura	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marijanović, Z., Statistika, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2009.</li> <li>2. Šošić, I., Primijenjena statistika, Školska knjiga, Zagreb, 2006.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Šošić, I., Serdar, V., Uvod u statistiku, Školska knjiga, Zagreb, 1995.</li> <li>2. Rozga, A., Statistika za ekonomiste, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.</li> </ol>

Naziv predmeta	Osnove ekonomije
Šifra	DDS1RD1
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	60+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Ekonomija kao znanost (definicija i predmet istraživanja, osnovni pojmovi, metodologija, povijesni razvoj ekonomske misli, odnos s drugim znanostima); Pojam i vrste ekonomskih sustava (tradicionalno, komandno, tržišno i mješovito gospodarstvo); Oskudnost resursa i proizvodne mogućnosti društva, oportunitetni trošak; Društvena reprodukcija (proizvodnja, raspodjela, razmjena i potrošnja). Regulirajući mehanizmi društvene reprodukcije (tržište i država); Mikroekonomija (pojam i predmet mikroekonomije, mikroekonomski subjekti); Poduzeća (pojam i vrste poduzeća, organiziranje proizvodnje u poduzećima, troškovi, ekonomska mjerila uspješnosti poslovanja); Potrošači (teorije ponašanja potrošača); Tržište (pojam i funkcije tržišta, ponuda i potražnja, elastičnost); Tržište faktora proizvodnje i raspodjela dohotka (tržište radne snage, tržište kapitala i tržište prirodnih resursa); Struktura tržišta (potpuna konkurencija, monopol, oligopol, monopolistička konkurencija); Makroekonomija (pojam i predmet makroekonomije, ciljevi i instrumenti, osnovni makroekonomski agregati, agregatna ponuda i potražnja); Područja makroekonomske politike (monetarna politika, fiskalna politika, politika ekonomskih odnosa s inozemstvom, politika dohodaka); Inflacija i neuposlenost, konjunkturalni ciklusi, gospodarski rasti razvoj; Međunarodni ekonomski odnosi.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Osnovni cilj predmeta Osnove ekonomije jeste omogućiti studentima stjecanje osnovnih teorijskih ekonomskih znanja o tome kako ljudi alociraju oskudne resurse da bi proizveli različita materijalna dobra i usluge i izvršili raspodjelu, razmjenu i potrošnju među različitim ljudima i društvenim grupama.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D., Ekonomija, 18. izdanje, Mate d.o.o., Zagreb, 2007.</li> <li>2. Prlić, J., Marić, Ž., Kratak tečaj ekonomije, Sarajevo: Jugoistok, Institut za strateške međunarodne studije; Mostar: Sveučilište, Ekonomski fakultet, 2003.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mankwin, G. N., Osnove ekonomije, Mate d.o.o., Zagreb, 2006.</li> <li>2. Stiglitz, J. E., Economics, W. W. Norton &amp; Company, New York, London, 1993.</li> <li>3. Mankwin, G. N., Principles of Macroeconomics, The Dryden Press, Fort Worth, 1998.</li> </ol>

Naziv predmeta	Računovodstvo
Šifra	DDS1RD2
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	60+30
Sadržaj predmeta	
<p>Pojam, sadržaj i priprema osnovnih financijskih izvještaja i temeljne bilančne promjene. Računovodstveno praćenje i knjiženje poslovnih promjena - stalna nematerijalna sredstva. Stalna materijalna sredstva - računovodstveno praćenje kupnje nekretnine, postrojenja i oprema te obračun amortizacije. Računovodstveno evidentiranje novca, kratkoročnih vrijednosnih papira te knjiženje otpisa potraživanja od kupaca. Računovodstveno evidentiranje dugoročnih i kratkoročnih kredita te specifičnosti aktivnih i pasivnih vremenskih razgraničenja. Računovodstveno evidentiranje zaliha sirovina i materijala u proizvodnji, metode obračuna utroška sirovina i materijala (FIFO, WAC), rezervni dijelovi i sitni inventar. Računovodstveno evidentiranje troškova poslovanja (trošak sirovina i materijala, energije i rezervnih dijelova, trošak zaposlenih, usluga...) i raspored troškova. Utvrđivanje rezultata poslovanja u proizvodnji i izrada bruto bilance. Specifičnost računovodstva u trgovini. Kalkulacija cijena i knjiženje u trgovini na veliko; Kalkulacija cijena i knjiženje u trgovini na malo. Specifičnost računovodstva u trgovini - kalkulacija cijena i knjiženje u trgovini na malo, sniženje cijene, prebacivanje robe iz veleprodaje u maloprodaju i obrnuto. Utvrđivanje rezultata poslovanja u trgovini; Izrada bruto bilance u trgovini.</p>	
Kompetencije	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Praktična znanja - kako knjižiti poslovne događaje</li> <li>• Pismeno izražavanje</li> <li>• Sposobnosti</li> </ul>	
Literatura	
Obvezna	1. Belak, V., Bošnjak, Ž., Pehar, M.: Financijsko računovodstvo, Fircon d.o.o., Mostar, 2006.
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belak V., Osnove profesionalnog računovodstva, Veleučilište u Splitu, 2001.</li> <li>2. Grupa autora, Računovodstvo gospodarskih društava uz primjenu računovodstvenih standarda, Fircon, Mostar, 2002.</li> <li>3. Pyle L., Fundamental Accounting Principles, Irwin, Homewood, Illinois, 1988.</li> <li>4. Anthony R. N., Essentials of Accounting, Addison Wesley Publishing Company, 1993. (hrvatsko izdanje - Osnove računovodstva, HZRFD, Zagreb, 1995.)</li> <li>5. Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MSFI), SRRF BiH, Mostar, 2006.</li> <li>6. Kontni plan za poduzeća s analitičkom razradom (posebno izdanje časopisa „Financijski propisi i praksa“), Fircon, Mostar, 2002.</li> </ol>

Naziv predmeta	Marketing
Šifra	DDS1RD3
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	60+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Pojam marketinga, povijesni razvoj marketinga i tržišna orijentiranost poduzeća, značaj primjene marketinga u gospodarstvu; Marketing okruženje - definicija marketing okruženja, snage mikrookruženja, snage makrookruženja; Planiranje marketinških aktivnosti - marketinški upravljački proces, planiranje marketinga, marketinški plan kao pisani dokument; Etika i društvena odgovornost u marketingu; Marketinška strategija - formuliranje i primjena marketinške strategije, proces oblikovanja marketinške strategije; Istraživanje tržišta - pojam, važnost i značaj istraživanja tržišta, proces istraživanja tržišta; Marketing informacijski sustav; Ponašanje potrošača - pojmovno određenje i čimbenici ponašanja potrošača; Segmentacija tržišta, odabir ciljnih tržišta i pozicioniranje; Proizvod - definicija i klasifikacija proizvoda, razvoj novog proizvoda, faze životnog ciklusa proizvoda obilježja proizvoda, tržišni aspekti proizvoda; Distribucija - pojam i definicija distribucije, odluke o odabiru marketing kanala, čimbenici izbora distribucijskih kanala, organizacija marketinških sustava/kanala, razine distribucijskih kanala, odnosi članova unutar kanala, intenzitet tržišne pokrivenosti, trgovina na veliko, trgovina na malo, fizička distribucija; Prodaja - pojmovno određenje prodaje, upravljanje prodajom, načini ostvarenja prodaje; Promocija - pojam i definicija promocije, aktivnosti promocije, elementi promocijskog spleta (oglašavanje, unapređenje prodaje, osobna prodaja, odnosi s javnošću, publicitet, izravni marketing, promocija putem Interneta); Cijena - ciljevi određivanja cijena, čimbenici koji utječu na proces određivanja cijena, politike određivanja cijena, metode određivanje cijena, iniciranje i reagiranje na promjene cijena; Organiziranje, primjenjivanje, vrednovanje i kontrola marketinških aktivnosti; Primjena marketinga u posebnim područjima - Marketing poslovnih tržišta; Marketing usluga; Primjena marketinga u posebnim područjima - Primjena marketinga u neprofitnim djelatnostima; Međunarodni marketing.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Cilj kolegija je upoznavanje studenata s osnovnim pojmovima marketinga, okruženjem marketinga, ponašanjem potrošača, marketinškim spletom, instrumentima analize tržišnih situacija, institucionalnim posebnostima marketinga, značajem njegove primjene u gospodarstvu, organizacijom i kontrolom, kao i sektorskim posebnostima marketinga.</p> <p>Sudjelovanjem u obradi različitih poslovnih slučajeva te u marketinškim debatama studenti se motiviraju na timski rad, te osposobljavaju za samostalno oblikovanje i provođenje određenih marketinških aktivnosti.</p> <p>Angažiranje gostiju predavača - osoba na vodećim pozicijama kompanija u okruženju - te prenošenje iskustava iz područja oblikovanja, primjene i vrednovanja provedenih marketinških aktivnosti u cilju je obogaćivanja teorijskih sadržaja, te olakšavanja razumijevanja obrađenih tematskih cjelina.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grupa autora, Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>2. Kotler, Ph. et al., Osnove marketinga, Četvrto europsko izdanje, Mate, Zagreb, 2006.</li> <li>3. Kotler, Ph, Keller, K.L., Upravljanje marketingom, 12.izd., Mate, Zagreb, 2008.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, Ph., Armstrong, G.: Principles of marketing 11th ed., Pearson Prentice Hall, 2006.</li> <li>2. Kotler, Philip; Keller, K. L. Marketing Management, Mate, Zagreb, 2006.</li> <li>3. Grupa autora: Osnovi marketinga, Ekonomski fakultet Sarajevo, Sarajevo, 2006.</li> <li>4. Renko, N.: Strategije marketinga, Naklada Ljevak, Zagreb, 2009.</li> <li>5. Previšić, J.; Ozretić-Došen, Đ i grupa autora: Marketing, II izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, 2004.</li> </ol>

Naziv predmeta	Osnove menadžmenta
Šifra	DDS1RD4
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	45+15
Sadržaj predmeta	
<p>Pojam menadžment, funkcije menadžmenta, aktivnosti i uloge menadžera, menadžerske vještine, menadžment kao znanost, vještina i profesija; Pojmovno određenje okoline poduzeća, vanjska okolina, unutarnja okolina i odnos poduzeća i okoline; Menadžerska etika i društvena odgovornost menadžmenta i poduzeća; Pojam i sadržaj planiranja, razine planiranja, tipovi planiranja, etape procesa planiranja, vremenski horizont planiranja i odgovornost za planiranje; Pojam, komponente i razine strategije, pojam i proces strateškog menadžmenta, analiza okoline, vizija, misija i ciljevi poduzeća, formuliranje strategije, implementacija strategije; Priroda menadžerskog donošenja odluka, modeli donošenja odluka, proces donošenja odluka, participacija u donošenju odluka, tehnike donošenja odluka; Pojam i sadržaj organiziranja, ekonomski odnosi i organizacija upravljanja; Temeljni oblici organizacijske strukture i faktori utjecaja na izbor organizacijske strukture.</p> <p>Definiranje upravljanja ljudskim resursima, sadržaj upravljanja ljudskim resursima, planiranje, regrutiranje, selekcija ljudskih resursa i obuka i razvoj ljudskih resursa; Pojam, karakteristike i sadržaj procjene performansi, metode procjenjivanja performansi, upravljanje kompenzacijama u poduzeću i menadžerske kompenzacije; Osnovne značajke vodstva, modeli vodstva (model osobina, bihevioralni modeli, kontingencijski modeli i suvremeni pristup vodstvu; Pristup motivaciji, sadržajne i procesne teorije motivacije, redizajniranje posla za motivaciju, opunomoćenje i novi motivacijski programi; Interpersonalni procesi u poduzeću, grupe u poduzeću, interpersonalni i intergrupni konflikt i komuniciranje u poduzeću; Kontroliranje kao funkcija menadžmenta, proces kontroliranja, sustavi kontrole, razine kontrole i mjerila performansi; Metode i tehnike kontrole.</p>	
Kompetencije	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja;</li> <li>• Praktična znanja iz planiranja, organiziranja, upravljanja ljudskim resursima, vođenja i kontroliranja</li> <li>• Analiza okoline poduzeća, analiza planiranja u poduzeću i implementacije planova, analiza izabranih strategija i njihove implementacije, analiza organizacije, analiza sustava i stilova vodstva u poduzeću, analiza procesa kontrole u poduzeću, analiza upravljanja ljudskim resursima u poduzeću</li> <li>• Timski rad;</li> <li>• Prezentiranje i verbalna komunikacija;</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja;</li> <li>• Kreativnost, perceptivna sposobnost, inovativnost, upravljanje krizom, upravljanje konfliktom</li> <li>• Konceptualne vještine, vještine rada s ljudima, vještine oblikovanja rješenja, vještine planiranja, vještine organiziranja, vještine vođenja, vještine upravljanja ljudskim resursima i vještine kontroliranja.</li> </ul>	
Literatura	
Obvezna	1. Buble, M. Osnove menadžmenta, Sinergija nakladništvo d.o.o. Zagreb, 2006.
Dopunska	1. Buble, M., Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split 2006. 2. Koontz, H., Weihrich, H., Menedžment, Mate Zagreb 1994. 3. Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F., Pološki Vokić, N., Temelji menadžmenta, Sinergija Zagreb, 2008.

Naziv predmeta	Poslovne financije
Šifra	DDS1RD5
Tip predmeta	Razlikovni predmet
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	60+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Cilj i uloga poslovnih financija u poduzeću. Financijsko okruženje. Financijski sustav - pojam i struktura. Financijske institucije i tržišta. Financije i računovodstvo. Analiza financijskih izvješća - temeljne vrste i metode analize (vodoravna, okomita, pokazatelji). Financijsko planiranje. Vremenska vrijednost novca. Koncept sadašnje i buduće vrijednosti. Financiranje dugoročnih projekata i rizici. Metode procjene dugoročnih projekata</p> <p>Kratkoročno financiranje - bankovni krediti, instrumenti tržišta novca. Upravljanje obrtnim kapitalom; novac, potraživanja i zalihe. Rizik, povrat i vrednovanje. Model izračunavanja povrata od ulaganja - CAPM.</p> <p>Dugoročno financiranje obveznicama. Vrednovanje dužničkih vrijednosnih papira. Dugoročno financiranje - dionice i vrednovanje. Politika dividendi. Opcijsko financiranje: waranti, konvertibilni vrijednosni papiri. Financijske izvedenice i upravljanje rizicima. Poluga i struktura kapitala. Teorija strukture kapitala i odlučivanje o strukturi kapitala. Međunarodno upravljanje financijama. Reorganizacija; Spajanja i preuzimanja.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razumijevanje funkcioniranja financijskog sustava i funkcije financija u poduzeću.</li> <li>• Teorijska i praktična znanja iz financija poduzeća.</li> <li>• Analiza kratkoročnih i dugoročnih izvora financiranja.</li> <li>• Razumijevanje metoda i rizika ocjene investicijskih projekata.</li> <li>• Sposobnost kreiranja, analize i zaključivanja iz financijskih informacija.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orsag, S.: Budžetiranje kapitala, Masmedija, Zagreb, 2002.</li> <li>2. Orsag, S.: Izvedenice, HUFA, 2006.</li> <li>3. Vidučić, Lj.: Financijski menadžment, V. izdanje, RRIF, Zagreb, 2006.</li> <li>4. Van Horne, J.C.: Financijsko upravljanje i politika-financijski menadžment, Mate, 2002.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orsag, S.: Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb, 1997.</li> <li>2. Shim, J. K., Siegel, J. G.: Upravljačke financije, Zgombić &amp; partneri, Zagreb, 2007.</li> <li>3. Breadley, R., Myers, S., Marcus, A.: Osnove korporativnih financija, Mate, Zagreb, 2007.</li> <li>4. Veselica, V.: Financijski sustav u ekonomiji (financijski menadžment i politika), Inžinjering biro, Zagreb, 1995.</li> </ol>

Naziv predmeta	Makroekonomija
Šifra	DDS1Z1
Tip predmeta	Obvezni predmet studija
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30

#### Sadržaj predmeta

Nastanak i razvoj makroekonomije, Klasična ekonomska teorija, Keynesova teorija, Monetarizam, Racionalna očekivanja, Neoklasična ekonomska teorija; Poslovni ciklusi, makroekonomsko okruženje, ekonomska analiza-pojam i vrste; makroekonomski agregati; Ekonomski modeli: pojam, vrste i karakteristike. Makroekonomski modeli: Agregatni, strukturni i modeli rasta. Elementi ekonomskog modela: varijable, relacije, parametri. Modeli ekonomske politike. Pojam i ciljevi ekonomske politike. Načela izgradnje modela ekonomske politike; Mjerenje proizvodnje i razine cijena. Tržište roba i usluga. Tržište faktora proizvodnje. Realni novčani tokovi. Kružni tijek privredne aktivnosti. Mjerenje društvenog proizvoda; Sustav društvenih računa. Raščlanjivanje potrošnje na tekuću potrošnju i na akumulaciju. Raščlanjivanje finalne potrošnje na osobnu i opću. Model otvorene privrede. Račun financijskih transakcija; Agregatni makroekonomski model. Agregatna potražnja; funkcija agregatne potražnje. Agregatna ponuda; funkcija agregatne ponude. Ravnotežni makroekonomski model. Utjecaj mjera ekonomske politike na proizvodnju i cijene. Potencijalna proizvodnja. Radna snaga i nezaposlenost. Funkcija potrošnje. Funkcija štednje. Paradoks štednje. Investicijski multiplikator. Inflacijski i deflacijski jaz. Teorije funkcije potrošnje: teorija apsolutnog dohotka, teorija relativnog dohotka, teorija permanentnog dohotka, teorija životnog ciklusa; Fiskalna politika. Javna potrošnja. Funkcija poreza. Raspoloživi dohodak. Automatski stabilizatori fiskalne politike. Instrumenti fiskalne politike. Budžetska potrošnja, porezna stopa, autonomni porezi, transferi. Budžetski deficit. Utjecaj budžetskog deficita na domaći proizvod; Funkcija investicija. Pojam i vrste investicija. Investicije kao funkcija kamatnjaka. Ocjena investicijskih projekata. Metoda sadašnje vrijednosti. Metoda interne stope rentabilnosti. Investicije kao funkcija jaza između željene i stvarne veličine kapitala. Teorija akceleratora. Teorija vlastitih fondova. Neoklasična teorija investicija. Tobinov koeficijent; Monetarna politika. Podrijetlo i funkcija novca. Potražnja za novcem. Kvantitativna novčana teorija. Keynesijanska teorija potražnje za novcem. Transakcijska potražnja za novcem. Potražnja za novcem zbog neizvjesnosti. Spekulativna potražnja za novcem. Ponuda novca. Stvaranje kredita u bankovnom sustavu. Monetarni multiplikator. Kreditni multiplikator; Monetarna politika: Bankovni sustav: središnja i poslovne banke. Uloga središnje banke. Instrumenti monetarne politike. Operacije na otvorenom tržištu. Eskontna stopa. Politika obveznih rezervi. Politika kredita. Ponuda novca. Realna novčana masa. Ravnoteža na tržištu realnog novca. Efekt likvidnosti monetarne politike. Model reguliranja kreditnog potencijala. Izvori rasta novčane mase. Utjecaj monetarne politike na kamatnjak; Ravnoteža robnih i novčanih tokova. LM krivulja. Nagib M krivulje. Efekt porasta nominalne ponude novca na LM krivulju. Efekt porasta razine cijena na LM krivulju. Efekt smanjenja potražnje za novcem pri konstantnom dohotku na LM krivulju. IS krivulja. Nagib IS krivulje. IS-LM ravnoteža. Monetarna politika u IS-LM modelu. Keynesijanski prijenosni mehanizam monetarne politike. Stabilizacijska fiskalna politika u IS-LM modelu; Izbor politike stabilizacije. Problemi u provedbi politike stabilizacije; Inflacija. Pojam i vrste inflacije. Teorije inflacije potražnje. Inflacija troškova. Stagflacija i recesija. Philipsova krivulja. Mješovita inflacija. Strukturna inflacija. Inflacijska očekivanja. Adaptivna očekivanja. Racionalna očekivanja. Posljedice inflacije; Model otvorene privrede. Bilanca plaćanja. Bilanca plaćanja Bosne i Hercegovine. Utjecaj vanjske trgovine na domaći proizvod. Utjecaj izvoza na domaći proizvod. Funkcija uvoza. Bilanca plaćanja i kretanje kapitala. Vanjska ravnoteža. Unutarnja i vanjska ravnoteža. Uloga monetarne i fiskalne politike u postizanju unutarnje i vanjske ravnoteže. Ravnoteža u uvjetima fiksnog i fluktuirajućeg tečaja. Uravnoteženje bilance plaćanja promjenom deviznog tečaja. Analiza uspjeha devalvacije; Privredni razvoj i modeli rasta. Pojam privrednog razvoja. Teorija privrednog razvoja. Glavna obilježja privrednog razvoja razvijenih zemalja. Problemi zemalja u razvoju. Politika privrednog razvoja. Makroekonomska stabilnost i razvoj- modeli rasta. Harrod-Domarov model rasta. Neoklasični model rasta.

Kompetencije	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz područja funkcioniranja makroekonomskog sustava. Time se omogućuje razumijevanje tekuće i predviđanje buduće privredne aktivnosti, te ocjenjivanje izbora adekvatne makroekonomske politike.</li> <li>• Analiza: Korištenje analitičkih oruđa i formalnih modela kojima se objašnjava ponašanje proizvodnje, inflacije, zaposlenosti, kamatnih stopa, deviznog tečaja i drugih makroekonomskih varijabli.</li> <li>• Modeliranje - Integrirani pristup u izlaganju predmeta omogućuje razvijanje i proučavanje makroekonomskog modela koji se temelji na implikacijama ravnotežnih uvjeta na tri skupine tržišta: tržište dobara, faktora proizvodnje i financijsko tržište.</li> </ul>	
Literatura	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Babić, M., Makroekonomija, MATE, Zagreb, 2007.</li> <li>2. Blanchard, O., Macroeconomics, 3rd edition, Prentice Hall, 2002.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Findlay, D.W., Macroeconomics-Study Guide, 3rd edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 2003.</li> <li>2. Gartner, M., Macroeconomics, Financial Times/Prentice Hall, 2002.</li> <li>3. Barro, R.J., Grilli, V., European Macroeconomics, Palgrave Macmillan, 1994.</li> <li>4. Burda, M., Wyplosz, C., Macroeconomics: A European Text, 3rd edition, Oxford University Press, 2001.</li> </ol>



Naziv predmeta	Javne financije
Šifra	DDS1Z2
Tip predmeta	Obvezni predmet studija
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod, predmet proučavanja kolegija i svrha proučavanja problematike javnih financija. Pojmovno određenje javnih financija i temeljnih financijskih kategorija. Metodologija javnih financija. Povijesni razvoj javnih financija. Merkantilizam, liberalizam i intervencionizam. Uloga države u mješovitoj privredi. Financijska djelatnost države. Funkcije javnih financija. Alokacija, redistribucija, stabilizacija, socijalna i javne financije u funkciji ekonomskog razvoja. Mjerenje BDP-a i analiza računa javnog sektora. Javno dobro i slobodni jahači. Javno zadovoljavanje društvenih dobara. Proračunsko zadovoljavanje potreba. Kombinirana dobra. Efikasnost u zadovoljavanju privatnih i društvenih dobara. Model učinkovitog zadovoljavanja privatnih dobara, određivanje optimuma. Zadovoljavanje društvenih dobara. Model učinkovitog zadovoljavanja društvenih dobara i izbor optimuma. Eksternalije. Javni rashodi. Opseg i porast javnih rashoda. Načini ocjenjivanja javnih rashoda. Javni prihodi. Klasifikacija i raspodjela javnih prihoda. Porezi i njihove osobitosti. Opravdanje za ubiranje poreza. Porezna osnovica i metode utvrđivanja. Porezna načela. Ciljevi oporezivanja. Učinci oporezivanja. Oporezivanje proizvoda sa stajališta parcijalne ravnoteže. Uloga elastičnosti ponude i potražnje. Oporezivanje čimbenika proizvodnje sa stajališta parcijalne ravnoteže. Nesavršena tržišta. Ostali učinci oporezivanja. Struktura suvremenih poreznih sustava. Izravni i neizravni porezi. Pristojbe, doprinosi i parafiskaliteti. Socijalno osiguranje. Načela, rizici i usluge socijalnog osiguranja. Financiranje i nositelji tereta. Ekonomski i financijski učinci socijalnog osiguranja. Javni zajam. Principi zaduživanja. Uvjeti i promjene uvjeta, služba, granice i raspodjela tereta javnog zajma. Proračun, zadaci, funkcije. Proračunska načela. Procedura donošenja proračuna. Financijsko izravnaje, aktivno i pasivno. Kriteriji financijskog izravnaja. Fiskalna politika. Makroekonomski učinci fiskalne politike. Modeli ravnotežnog dohotka i upravljanja stvarnom potražnjom. Načini upravljanja stvarnom potražnjom. Fiskalna politika i upravljanje ukupnom ponudom.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Praktična znanja iz poreznih propisa, utvrđivanja poreznih osnovica i obračuna porezne obveze</li> <li>• Analiza javne potrošnje i financiranja javnih dobara</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konjhodžić, H., Šantić, Ž., Fiskalne financije, Logos, Split, 2003.</li> <li>2. Jeličić, B., Javne financije, RRIF, Zagreb, 2001.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Musgrave R. &amp; P., Javne financije u teoriji i praksi, Institut za javne financije, Zagreb, 1993.</li> <li>2. Rosen, H. S., Javne financije, Institut za javne financije, Zagreb, 1999.</li> <li>3. Brummerhoff, D., Javne financije, Mate, Zagreb, 2001.</li> </ol>

Naziv predmeta	Međunarodno poslovanje
Šifra	DDS2Z1
Tip predmeta	Obvezni predmet studija
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod, predmet proučavanja discipline, metode i svrha izučavanja. Institucije međunarodnog gospodarskog i financijskog sustava; povijesni razvoj, obilježja, kritike i perspektive. Globalizacija i liberalizacija. Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije. Specijalizirana tržišta u međunarodnoj razmjeni. Sajmovi i dražbe. Burze i burzovna prodaja. Tipovi burzi i njihovo ekonomsko značenje. Promptni i terminski burzovni poslovi. Tehnike trgovanja na burzama. Izvoz kao oblik izlaska na strana tržišta. Izravan i neizravan izvoz. Kreditiranje i osiguranje izvoza. Leasing u međunarodnoj razmjeni. Franchising kao oblik nastupa na stranim tržištima. Izravna strana ulaganja kao način izlaska na strana tržišta. Strateški savezi. Vezana trgovina. Klasični i suvremeni oblici vezane trgovine. Prednosti i nedostaci vezane trgovine za sudionike. Poslovne isprave u međunarodnoj trgovini robom. Prijevozne i robne isprave. Karnet ATA i TIR. Instrumenti plaćanja u međunarodnoj razmjeni. Međunarodni dokumentirani akreditiv i bankovne doznake. Rizici i politika rizika u vanjskoj trgovini. Robni i financijski rizici i upravljanje istim. Otpremnici i otpremništvo. Poslovi i zadaće međunarodnih otpremnika. Gospodarske komore i njihov značaj u međunarodnom poslovanju. Faze i tijekovi redovitih poslova izvoza i uvoza. Nadzor kakvoće proizvoda i deklariranje.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Identificiranje značaja pojedinih pokazatelja za međunarodno poslovanje</li> <li>• Sposobnost istraživanja i analize međunarodnih tržišta i načina izlaska na iste.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Matić, B., Međunarodno poslovanje, Sinergija, Zagreb, 2004.</li> <li>2. Andrijanić, I., Vanjska trgovina - kako poslovati sa inozemstvom, Mikrorad, Zagreb, 2001.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daniels, J. D., International Business, Pearson &amp; Prentice Hall, 2004.</li> <li>2. Lazibat, T., Brizar, B., Baković, T., Burzovno poslovanje-terminska trgovina, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2007.</li> <li>3. Ljubić, F., Vanjska trgovina, Školska knjiga, Zagreb, 1994.</li> <li>4. Mikerević, D., Napredni strateški finansijski menadžment, Ekonomski fakultet u Banjoj Luci, Banja Luka, 2010.</li> <li>5. Šuman, Ž., WTO i EU u procesu globalizacije: Odabrane teme, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2005. Šuman, Ž., WTO na milenijskoj prekretnici: Seattle i nakon njega, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2001.</li> </ol>

Naziv predmeta	Ekonomska politika
Šifra	DDS272
Tip predmeta	Obvezni predmet studija
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Pismeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod, predmet proučavanja discipline, metode i svrha izučavanja; pojam, sadržaj, ciljevi i zadaća ekonomske politike. Normativna i pozitivna makroekonomija; Društvene preferencije i alternativni ekonomski sustavi. Ekonomske funkcije države; Paretovo načelo i ekonomija blagostanja; Teorija pravde i društveni optimum; Tržišne manjkavosti, asimetrična obaviještenost i tržišna selekcija; Coaseov teorem; Poslovni ciklusi: obilježja, izvori neravnomjernosti gospodarskog rasta, teorija ciklusa; Nezaposlenost inflacije i međuovisnosti; Stabilizacija i ekonomska politika; Klasični, keynesijanski i monetaristički pristup; Ekonomija ponude; Osnovna područja ekonomske politike i njihovo globalno pozicioniranje; Fiskalna politika i njeni instrumenti; Diskrecijska fiskalna politika i automatski stabilizatori; Monetarna politika i instrumenti; Ekspanzijska i kontrakcijska monetarna politika; Fiskalna i monetarna politika u IS-LM modelu; Determinante i činitelji pomaka krivulja s posebnim osvrtom na analizu učinaka; Makroekonomska intervencija u otvorenoj ekonomiji; Fiskalna i monetarna politika u IS-LM modelu otvorenog gospodarstva; Globalni ekonomski trendovi i ekonomska politika u malim zemljama.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Makroekonomska analiza i identificiranje značaja pojedinih pokazatelja nacionalnog gospodarstva</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nicola Acocella, Počela ekonomske politike: vrijednosti i tehnike, MATE, Zagreb, 2005.</li> <li>2. Đuro Benić, Osnove ekonomije, IV. izdanje, Školska knjiga, Zagreb, 2004.</li> <li>3. Crkvenac, M., Ekonomska politika, Informator, Zagreb, 1997.</li> <li>4. Babić, M., Makroekonomija, XIV. izdanje, MATE, Zagreb, 2004.</li> <li>5. Blanchard, O., Makroekonomija, III. izdanje, MATE, Zagreb, 2005.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Barković, I., Teorija rasta, Pravni fakultet u Osijeku, Osijek, 2006.</li> <li>2. Benić, Đ., Devizni tečaj: utvrđivanje, značaj i odrednice, Ekonomska misao i praksa, br. 1/2004, str. 49. - 71.</li> <li>3. Benić, Đ., Fiskalna i monetarna politika u IS-LM modelu otvorenog gospodarstva, Ekonomska misao i praksa, br. 2/2004., str. 165. -195.</li> <li>4. Benić, Đ., Osnove ekonomije, IV. izdanje, Školska knjiga, Zagreb, 2004.</li> <li>5. Benić, Đ., Poslovni ciklusi, Ekonomska misao i praksa, br. 1/2002, str. 11-67.</li> <li>6. Burda, M., Wyplosz, C., Macroeconomics; A European Text, Oxford University Press, Oxford, 1993.</li> <li>7. Gylfason, T., Principles of Economic Growth, Oxford University Press, New York, 2003.</li> <li>8. Mankiw, N., G., Macroeconomics, Fifth Edition, Worth Publishers, New York, 2003.</li> <li>9. Minford, P., Peel, D., Advanced Macroeconomics: A Primer, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2002.</li> <li>10. Snowdon, B., Vane, H., Wynarczyk, P., A Modern Guide to Macroeconomics, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2002.</li> </ol>

Naziv predmeta	Metodologija znanstveno-istraživačkog rada
Šifra	DDS4Z1
Tip predmeta	Obvezni predmet studija
ECTS	4
Semestar u kojem se sluša	4
Osnovni način polaganja	Izrada projekta istraživanja, instrumenata prikupljanja podataka, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Pojam i razvoj znanosti i znanstveno-istraživačkoga rada; Obilježja i oblici znanstvene spoznaje, pojam i vrste znanstvenih i stručnih djela; Faze procesa istraživanja - uvodno predavanje; Projekt istraživanja; Projekt istraživanja - komentar od studenata urađenih projekata istraživanja; Metode znanstvenoga istraživanja; Tehnike istraživanja - pojam i pregled tehnika; Tehnike ispitivanja - anketa i intervju; Pravljenje anketnoga upitnika; Anketni upitnik - komentar od studenata urađenih upitnika; Uzorak; Dijelovi znanstvenoga djela; Dokumentacijska osnova rukopisa; Komponiranje i jezično - stilska obrada rukopisa znanstvenog i stručnog djela.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teorijska znanja iz metodologije znanstvenog i stručnog rada</li> <li>2. Osposobljavanje u izradi projekta istraživanja</li> <li>3. Osposobljavanje u izradi instrumenata za prikupljanje empirijskih pokazatelja za istraživanje</li> </ol>	
<b>Obvezna</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kukić, S., Markić, B.: Metodologija društvenih znanosti, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, 2006.</li> <li>2. Šamić, M.: Kako nastaje naučno djelo, IX izd., Svjetlost, Sarajevo, 2003.</li> <li>3. Žugaj, M., Dumičić, K., Dušak, V.: Temelji znanstvenoistraživačkog rada, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, 1999.</li> </ol>	
<b>Dopunska</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pečujlić, M., Milić, V.: Metodologija društvenih nauka, Beograd, 2000.</li> <li>2. Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Technik - Methodik - Form, Muenchen, 2000.</li> <li>3. Vujević, M.: Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti, Informator, Zagreb, 1990.</li> <li>4. Zelenika, R.: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, IV izd. Rijeka: Ekonomski fakultet, 2000.</li> </ol>	

Naziv predmeta	Promocija
Šifra	DDS1MA1
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Poimanje promocije, aktivnosti promocije, promocijski splet. Modeli ponašanja potrošača, segmentacija potrošača, donošenje potrošačkih odluka. Ekonomska propaganda. Propagandne konstante, propagandni prijenosnici. Propagandna sredstva. Planiranje ekonomske propagande, utvrđivanje efikasnosti, organizacija propagandne službe. Unapređenje prodaje. Osobna prodaja. Odnosi s javnošću i publicitet. Granične promocijske aktivnosti.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz područja marketinga i promocije</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja i povezivanja marketinške strategije i promocijskih aktivnosti i planiranja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesić, T.: Integrirana marketinška komunikacija, Opinio d.o.o. Zagreb, Zagreb, 2003.</li> <li>2. Sudar J., Keller, G.: Promocija, Informator, Zagreb, 1991.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesić, T.: Marketinška komunikacija, Mate, Zagreb, 1998.</li> <li>2. Brkić, N.: Upravljanje marketing komuniciranjem, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo, 2003.</li> <li>3. Meler, M.: Promocija, Ekonomski fakultet, Osijek, 1997.</li> <li>4. Grupa autora Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> </ol>

Naziv predmeta	Marketing poslovnih tržišta
Šifra	DDS1MA2
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>POJMOVNO ODREĐENJE MARKETINGA POSLOVNIH TRŽIŠTA - Utvrđivanje različitosti u principima marketinga primjenjivog na tržištu krajnje potrošnje i marketinga poslovnih tržišta. Sudionici u razmjeni na poslovnim tržištima. Ciljevi i svrha razmjene vrijednosti na poslovnim tržištima. Vrijednosti koje su predmetom razmjene na poslovnim tržištima. Struktura poslovnih tržišta.</p> <p>ZNAČAJKE POSLOVNIH TRŽIŠTA I NJEGOVIH KATEGORIJA - Obilježja ponude na poslovnim tržištima. Ponuda na industrijskim tržištima; ponuda poslovnih usluga; ponuda vrijednosti neprofitnih institucija; ponuda usluga vladinih institucija. Obilježja potražnje na poslovnim tržištima. Globalna perspektiva potražnje; izvedenost potražnje; oscilirajuća potražnja s efektom akceleracije; križna elastičnost potražnje; cjenovna neelastičnost potražnje.</p> <p>PONAŠANJE ORGANIZACIJSKOG KUPCA - Proces odlučivanja o kupnji u organizaciji. Utjecaji na odlučivanje o kupnji. Grupna dinamika. Vrste kupovnih situacija.</p> <p>ISTRAŽIVANJE POSLOVNIH TRŽIŠTA - Specifičnosti istraživanja poslovnih tržišta. Područja istraživanja. Vrste i najučestalije metode.</p> <p>KONCEPCIJE MARKETINGA PRIMJERENE STVARANJU I ODRŽAVANJU KONKURENTSKIH PREDNOSTI NA POSLOVNIM TRŽIŠTIMA - Tržištem vođeno poduzeće, organizacija, institucija (Market Driven Strategy). Individualizirana ponuda vrijednosti kupcima (Customer Intimacy). Istraživanje sadašnje konkurencije. Benchmarking. Proaktivni marketing (Driving Market Strategy). Istraživanje budućnosti kao pretpostavka proaktivnog marketinga. Marketing intelligence. Upravljanje znanjem u organizaciji i u mrežama odnosa. Marketing vrijednosti i odnosa suradnje (Relationship Marketing). Razvoj odnosa u marketingu, od marketinga transakcija, reaktivnog marketinga, do marketinga odnosa i poslovnih mreža. Interaktivni marketing. Primjena interneta na poslovnim tržištima. Elektronska trgovina na poslovnim tržištima. Marketing dodanih vrijednosti (Value Added Marketing). Kultura organizacije i ideje vodilje u upravljanju poduzećem, organizacijom, institucijom. Marketing unutarnje javnosti - interni marketing. Poslovna etika i etička načela ponašanja u marketingu. Upravljanje imidžem, predodžbom o poduzeću, organizaciji, instituciji, državi.</p> <p>OSOBITOSTI PRIMJENE MARKETINGA NA POJEDINIM DIJELOVIMA POSLOVNIH TRŽIŠTA - Primjena marketinga na industrijskim tržištima. Struktura industrijskog tržišta. Vrijednosti u razmjeni na industrijskim tržištima. Konceptije marketinga primjerene razmjeni na industrijskim tržištima. Primjena marketinga na tržištu poslovnih usluga. Tržište poslovnih usluga; ponuda, potražnja. Lanac vrijednosti u poslovanju s poslovnim uslugama. Segmentacija tržišta i odabir ciljnih tržišta poslovnih usluga. Marketinški miks. Upravljanje kvalitetom poslovnih usluga. Marketing neprofitnog sektora. Značajke tržišta neprofitnih vrijednosti; obilježja ponude i potražnje za neprofitnim vrijednostima. Ciljna tržišta neprofitnih organizacija. Strategije marketinga primjerene javnosti inputa, unutarnjoj te posredničkoj javnosti. Marketing uzajamne koristi. Tržište vladinih nabavki i primjena marketinga. Uloge vlade u gospodarstvu. Utjecaji na odlučivanje vlade kao kupca. Razine odlučivanja. Ponašanje vlade u ulozi kupca. Sklapanje poslova na vladinom tržištu. Marketing i tržište vladinih nabavki. Specifičnosti marketinškog miksa na vladinom tržištu. Megamarketing. Lobiranje.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
Cilj ovog kolegija je da studenti steknu teorijska i praktična znanja iz područja marketinga poslovnih tržišta, korisna u procesima odlučivanja u budućem profesionalnom radu. Zadaća predmeta je da kroz nastavu pripremi studente za modele suradnje prikladne poslovnim tržištima u današnjem konkurentskom okruženju.	
<b>Literatura</b>	

Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vugrinec-Hitrec, V., B2B Marketing, Marketing poslovnih tržišta, materijal za pripremu ispita iz kolegija Institucijski marketing, Ekonomski fakultet - Zagreb, Zagreb, 2002.</li> <li>2. Odabrana poglavlja iz: Previšić J., Ozretić Došen Đ.: Marketing, Adverta, Zagreb, 2004.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hutt, M. D.; Speh, T. W.: Business to Business Marketing Management-a, Strategic View of Industrial and Organizational Markets, 7th ed, The Dryden Press, 2001.</li> <li>2. Anderson, J. C.; Narus, J. A.: Business Market Management, Prentice-Hall, 1999.</li> <li>3. Gummesson, E.: Total Relationship Marketing, Butterworth Heinemann, 2001.</li> <li>4. Norman, R.; Service Management Strategy and Leadership in Service Business, 2nd ed, 1991.</li> </ol>

Naziv predmeta	Upravljanje proizvodom
Šifra	DDS2MA1
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Kolokvij, usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
Definicija i klasifikacija proizvoda, Pojam politike proizvoda. Tržišni aspekti proizvoda. Planiranje proizvoda i Razvoj proizvoda. Lansiranje novog proizvoda na tržište. Životni ciklus proizvoda. Marketinške strategije po fazama životnog ciklusa. Životni ciklus proizvoda i poslovna politika poduzeća. Instrumentarij politike proizvoda. Internacionalni životni ciklus proizvoda. Marketing - istraživanja proizvoda. Organizacija politike proizvoda u poduzeću.	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Praktična znanja (osposobljavanje za rješavanje konkretnih problema iz područja upravljanja proizvodom - temeljem obrade niza poslovnih slučajeva)</li> <li>• Timski rad na izradi i prezentaciji slučajeva</li> <li>• Prezentiranje slučajeva i međusobna verbalna komunikacija</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meler, M., Politika proizvoda i usluga, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 1991.</li> <li>2. Vranešević, T., Upravljanje markama (Brand management), Accent, Zagreb, 2007.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grupa autora: Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>2. Kotler, Ph. et al. Osnove marketinga, Četvrto europsko izdanje, Mate, Zagreb, 2006.</li> <li>3. Previšić, J; Ozretić-Došen, Đ. i grupa autora, Marketing, II izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Adverta, Zagreb, 2004.</li> </ol>



Naziv predmeta	Strategije marketinga
Šifra	DDS2MA2
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod u strategije marketinga. Odnos strategije i marketinga; Osnovni pojmovi u izgradnji strategije marketinga; Sredstva potpore za izgradnju strategije marketinga; Strateške analize unutarnjih čimbenika - identifikacija snaga i slabosti poduzeća; Strateške analize vanjske marketinške situacije - identifikacija povoljnih prilika i prijetnji; Tri generičke konkurentske strategije marketinga; Strategija segmentacije; Strategija pozicioniranja, strategije u fazama životnog vijeka proizvoda; Strategija marketinga usmjerena na uspostavljanje odnosa s kupcima; Strategije marketinga za zrela i padajuća tržišta; Strategije za tržišta rasta; Strategije horizontalne i vertikalne integracije; Strategije diverzifikacije; Strateški savezi, spajanja i akvizicije; Uvođenje, primjena i vrednovanje odabrane strategije i strateškog marketinškog plana, interni i eksterni benchmarking.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tijekom slušanja kolegija stječu se osnovna teorijska znanja iz razumijevanja internog i eksternog okruženja poduzeća. Ukazuje se na aktivnosti i procese koji su neophodni za razvoj strateškog marketinškog plana, kao i na odabir, za poduzeće, najprihvatljivije strategije.</li> <li>• Praktična znanja odnose se na mogućnost kreiranja marketinške strategije, te na provođenje analize, primjene i kontrole strategije marketinga u konkretnim poslovnim situacijama.</li> <li>• Kroz kolegij, studenti se motiviraju na timski rad, kao i na samostalno provođenje određenih marketinških aktivnosti.</li> <li>• Angažiranje gostiju predavača - osoba na vodećim pozicijama kompanija u okruženju - te prenošenje iskustava iz područja oblikovanja, primjene i vrednovanja strategije marketinga u cilju je obogaćivanja teorijskih sadržaja, te olakšavanja razumijevanja obrađenih tematskih cjelina.</li> <li>• Stečeno znanje primjenjivo je u oblasti profitnog i neprofitnog marketinga.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Renko, N., Strategije marketinga, Naklada Ljevak, Zagreb, 2005.</li> <li>2. Thompson, A. A., Strickland, A. J., Gamble, J. E. Strateški menadžment: U potrazi za konkurentskom prednošću, Teorija i slučajevi iz prakse, MATE d.o.o., Zagreb, 2008.</li> <li>3. Renko, N., Đelić, S., Škrtić, M. Benchmarking u strategiji marketinga, Mate d.o.o., Zagreb, 1999.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buble, M. et al. Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb, 2005.</li> <li>2. Odabrana poglavlja: Grupa autora, Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>3. Kotler, Ph., Keller, K. L., Upravljanje marketingom 12.izd., MATE d.o.o., Zagreb, 2008.</li> <li>4. Aaker, D. A., Strategic Market Management, John Wiley&amp;Sons, New York, 2001.</li> <li>5. Fifield, P., Marketing Strategy, 2nd edition, Reed Educational&amp;profesional Publishing Ltd, 1998.</li> </ol>

Naziv predmeta	Poslovno istraživanje
Šifra	DDS3MA1
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	7
Semestar u kojem se sluša	3
Osnovni način polaganja	2 kolokvija i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Pojam i definicija poslovnih istraživanja i njihov značaj; Tržište krajnje potrošnje (Razlike i sličnosti tržišta krajnje potrošnje i tržišta poslovne potrošnje te marketinga ovih tržišta; Ponašanje potrošača na tržištu krajnje potrošnje; Čimbenici ponašanja potrošača; Segmentiranje kupaca; Proces donošenja odluke u kupnji; Uloge u kupnji; Vrste ponašanja u kupnji); Tržište poslovne potrošnje (Razlike i sličnosti tržišta krajnje potrošnje i tržišta poslovne potrošnje te marketinga ovih tržišta; Sudionici i motivi razmjene na poslovnim tržištima; Proces odlučivanja o kupnji na poslovnim tržištima; Vrijednosti u razmjeni na poslovnim tržištima; Specifičnosti potražnje na poslovnim tržištima; Upravljanje marketingom na poslovnim tržištima; Razlike između marketinga poslovnih tržišta i marketinga na tržištu krajnje potrošnje; Konceptije marketinga primjerene poslovnim tržištima; Istraživanje, praćenje i osluškivanje poslovnih tržišta; Segmentacija poslovnih tržišta; Marketinški splet poslovnih tržišta; Provedba i kontrola marketinga poslovnih tržišta)</p> <p>Istraživanje tržišta (Pojam i definicija istraživanja tržišta; Marketinški informacijski sustav; Ocjena razvoja u budućnosti; Konceptija marketinga; Vrijednost istraživanja tržišta za strateško odlučivanje; Potreba za istraživanjem tržišta; Glavne značajke znanstvene metode i teškoće u njenoj primjeni; Etika i etički sukobi u istraživanju tržišta; Dosadašnji razvoj, organizatori i korisnici istraživanja tržišta; Proces istraživanja tržišta (Pojam i definicija procesa istraživanja tržišta; Šest faza procesa istraživanja tržišta: 1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja, 2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja, 3. Određivanje metoda i obrazaca za prikupljanje podataka) Proces istraživanja tržišta (Šest faza procesa istraživanja tržišta: 4. Određivanje vrste uzorka i prikupljanje primarnih podataka, 5. Analiza podataka i interpretacija rezultata i 6. Sastavljanje izvještaja) Organizacija odjela istraživanja tržišta u poduzećima (Mjesto odjela istraživanja tržišta u poduzećima; Stavovi upravljača prema istraživanju tržišta; Uloga istraživanja tržišta u sadašnjem i budućem tržišnom uspjehu; Uloga istraživanja tržišta u nas; Organizacija istraživanja tržišta; Moguća struktura odjela za istraživanje tržišta; Opis radnog mjesta direktora službe za istraživanje tržišta; Opis radnih mjesta zaposlenika u odjelu za istraživanje tržišta) (Studenti na vježbama idu u jedno poduzeće da upoznaju njihov marketinški odjel i također idu u jednu marketinšku agenciju i upoznaju se s njenim radom)</p> <p>Primjena istraživanja tržišta u praksi (Istraživanje zadovoljstva; Imidž poduzeća i maloprodaje)</p> <p>Primjena istraživanja tržišta u praksi (Istraživanja za potrebe oglašavanja tj. Istraživanja u svrhu definiranja ciljeva oglašavanja; Istraživanje u svrhu definiranja oglasa; Istraživanja u svrhu odabira medija)</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz područja poslovnih istraživanja</li> <li>• Analiza odnosa između teorijskih polazišta poslovnih istraživanja i primjene poslovnih istraživanja u praksi</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja o poslovnim istraživanjima u poslovnoj praksi i načinu njihova rješavanja</li> <li>• Upoznati studente sa ulogom i značenjem istraživanja tržišta u poslovnom odlučivanju te sa primjenom istraživanja tržišta u suvremenom poslovanju.</li> <li>• Pružiti uvid u primjenu istraživanja tržišta u svakodnevnom poslovanju</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marušić M., Vranešević T., Istraživanje tržišta, ADECO, Zagreb, 2001.</li> <li>2. Kukić, S. - redaktor, Marketing, Ekonomski fakultet Mostar, Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>3. Previšić, J., Ozretić - Došen, Đ., - urednici, Marketing, Adverta, Zagreb, 2007.</li> </ol>

Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brkić, N., Upravljanje marketing komuniciranjem, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo, 2003.</li> <li>2. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., Ferrell, O. C., Marketing, Mate, Zagreb, 1995.</li> <li>3. Kesić T., Ponašanje potrošača, Opinio d.o.o., Zagreb, 2006.</li> <li>4. Kotler, Ph.; Upravljanje marketingom, analiza, planiranje, primjena i kontrola; MATE, Zagreb, 2001.</li> <li>5. McDaniel, C.Jr., Gates, R., Contemporary Marketing Research, (2. ed.), West Publishing Co., 1993.</li> <li>6. Rocco, F., Marketinško upravljanje, istraživanje marketinga, Školska knjiga, Zagreb, 2000.</li> <li>7. Soče Kraljević, S., Upravljanje imidžom maloprodaje, Ekonomski fakultet Mostar, Mostar, 2009.</li> <li>8. Vranešević, T., Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb, 2000.</li> <li>9. Zikmund, W. G., Exploring Marketing Research, 2000.</li> </ol>
----------	---

Naziv predmeta	Upravljanje markom
Šifra	DDS3MA2
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	7
Semestar u kojem se sluša	3
Osnovni način polaganja	Testovi, usmeni ispit, prezentacije poslovnih slučajeva
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Važnost marke i upravljanje markom; Pravni aspekti korištenja marke; Identitet marke i elementi identiteta</p> <p>Strateško upravljanje markama; Repozicioniranje marke i upravljanje spletom maraka; Iskorištavanje uspješnih maraka i životni ciklus maraka; Vrijednost i mjerenje vrijednosti marke; Mjerenje financijske vrijednosti marke</p> <p>Tržišna vrijednost marke; Standardizirana mjerenja tržišne vrijednosti maraka; Standardizirana mjerenja tržišne vrijednosti maraka-analiza praktičnog primjera; Standardizirana mjerenja tržišne vrijednosti maraka-analiza praktičnog primjera 2; Privatne marke; Slučajevi najbolje prakse upravljanja markama</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz područja upravljanja markom.</li> <li>• Praktična znanja iz upravljanja markom.</li> <li>• Timski rad na izradi i prezentaciji slučajeva.</li> <li>• Prezentiranje slučajeva i međusobna komunikacija.</li> <li>• Pismeno izražavanje pri pisanju i strukturiranju prezentacija.</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja o odnosu između teorijskih i praktičnih znanja kao i specifičnostima upravljanja markom u praksi.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	1. Vranešević, T., Upravljanje markama, Accent, Zagreb, 2007.
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Olins, W., Brendovi, marke u suvremenom svijetu, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 2008.</li> <li>2. Keller, K. L., Slučajevi najbolje prakse upravljanja markama: Pouke najsnažnijih svjetskih maraka, Accent, Zagreb, 2008.</li> <li>3. Pavlek, Z., Branding: Kako izgraditi najbolju marku. Zagreb : M.E.P. Consult, 2008.</li> </ol>

Naziv predmeta	Marketing inovacija
Šifra	DDS3MA3
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	3
Osnovni način polaganja	Testovi, usmeni ispit, prezentacije poslovnih slučajeva
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
Definiranje, vrste i izvori inovacija; Važnost inovacija; Inovacije u širem/globalnom kontekstu; Inovacije: pokretač gospodarskog razvoja; Uloga države i nacionalni sustavi/strategije inovacija; Marketing i inovacije; Inovacije marketinškog spleta/miksa; Inovacije i tržišna vizija; Inovacije i razvoj novih/inovativnih proizvoda; Informacije i inovacije; Znanje kao temelj inovacija; Razvoj i upravljanje inovacijama: od ideje do komercijalizacije	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz područja upravljanja markom.</li> <li>• Praktična znanja iz upravljanja markom.</li> <li>• Timski rad na izradi i prezentaciji slučajeva.</li> <li>• Prezentiranje slučajeva i međusobna komunikacija.</li> <li>• Pismeno izražavanje pri pisanju i strukturiranju prezentacija.</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja o odnosu između teorijskih i praktičnih znanja kao i specifičnostima upravljanja markom u praksi.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paul Trott, Innovation Management and New Product Development, 4th edition, Pearson Education Ltd., 2008.</li> <li>2. Vlašić G., Mandelli A., Mumel D., Interaktivni marketing, Perago, Zagreb, 2007.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. P. Drucker, Inovacije i poduzetništvo, Globus, Zagreb, 1999.</li> <li>2. Ostala literatura i internetski izvori za pojedine teme po preporuci predmetnog nastavnika</li> </ol>

Naziv predmeta	Upravljanje prodajom
Šifra	DDS3MA4
Tip predmeta	Obvezni predmet smjera
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	3
Osnovni način polaganja	Kolokvij
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Upoznavanje s osnovnim pojmovima iz oblasti prodaje i upravljanja prodajom; Značaj prodaje za suvremeno poduzeće; Društvene i etičke odgovornosti prodajnog menadžmenta (utjecaj individualnih i organizacijskih čimbenika na etičko ponašanje menadžera i prodavača, odgovornosti menadžmenta prema kupcima i prodavačima, odgovornosti prodavača prema kupcima i menadžmentu); Strategija prodaje (korporativna strategija i prodaja, poslovna strategija i prodaja, marketinška strategija i prodaja, strategija odnosa s kupcima, upravljanje kanalima prodaje, prednosti/nedostaci vlastitih u odnosu na tuđe kanale prodaje); Uloga informatičke tehnologije u prodaji (IT kao podrška upravljanju prodajnim osobljem, MIS prodaje, CRM tehnologija, programska podrška upravljanju prodajom); Planiranje i implementacija prodajnih aktivnosti (procjena tržišnog potencijala i prognoziranje, alociranje prodajnog napora, oblikovanje prodajnog područja, utvrđivanje veličine prodajnih snaga, izbor modela prodajne organizacije); Upravljanje ključnim kupcima (segmentacija kupaca, proces i kriteriji izbora ključnih kupaca, model strateškog razvoja odnosa s ključnim kupcima, uloga i zadaće menadžmenta za ključne kupce); Novačenje i izbor prodajnog osoblja (strategija i ciljevi novačenja, izvori informacija o potencijalnim kandidatima, način oglašavanja radnog mjesta u prodaji, proces selekcije kandidata, socijalizacija prodavača); Obuka i razvoj stručnosti prodavača (utvrđivanje ciljeva, načina i područja obuke prodavača, razvijanje prodajnih vještina, uloga prodajnog menadžera u obuci prodavača); Sustavi motiviranja i nagrađivanja prodavača (elementi prodajnog motiviranja, ciljevi i metode nagrađivanja- monetarno i nemonetarno nagrađivanje, etička dimenzija sustava nagrađivanja); Vođenje prodajnog tima (karakteristike vođenja, obilježja uspješnog lidera, stilovi vođenja, upravljanje u kriznim situacijama, nagrađivanje timskog rada); Kontrola prodavača i prodaje kao funkcije u poduzeću (načina evaluacije prodavača i prodaje, kvantitativni, kvalitativni i hibridni kriteriji, korektivne aktivnosti)</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Tijekom slušanja studenti se nastoje osposobiti za samostalno obavljanje upravljačkih aktivnosti koje su vezane za područje prodaje. Kroz kolegij, studenti se motiviraju na timski rad, kao i na samostalno provođenje određenih marketinških aktivnosti iz oblasti upravljanja prodajom. Kroz izradu i prezentiranje seminarskih radnji kao i projekata, studenti usavršavaju sposobnosti zaključivanja kao i verbalnog komuniciranja. Angažiranje gostiju predavača - osoba na vodećim pozicijama kompanija u okruženju - te prenošenje iskustava iz područja upravljanja prodajom kao važnog segmenta marketinške strategije kompanije, u cilju je obogaćivanja teorijskih sadržaja, te olakšavanja razumijevanja obrađenih tematskih cjelina.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manning, G.L.; Reece, B. L. Suvremena prodaja: stvaranje vrijednosti za kupca, MATE, Zagreb, 2008.</li> <li>2. Futrell, C.M. Fundamentals of Selling, Customers for life through Service, 8. međunarodno izdanje, McGrawHill/Irwin, 2004.</li> <li>3. Spiro, R. L., Stanton, W.J., Rich, G.A. Management of a Sales Forces, 11. izdanje, McGrawHill/Irwin, Boston, 2003.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grabovac, N.: Prodaja i prodajni menadžment, ACA SYSTEM, Sarajevo, 2005.</li> <li>2. Odabrana poglavlja iz: Bijakšić Martinović, S., Jelčić, S. (2009) Distribucija i prodaja u suvremenom marketinškom okruženju, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2009.</li> <li>3. Odabrana poglavlja: Kotler, Ph., Keller, K.L. (2008) Upravljanje marketingom, 12.izd., Mate, Zagreb, 2008.</li> <li>4. Odabrana poglavlja: Grupa autora (2007) Marketing, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar</li> <li>5. Gitomer, J. (2007) Mala crvena knjiga prodaje, Mate, Zagreb, 2007.</li> <li>6. Odabrana poglavlja: Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2006) Marketing Management, Mate, Zagreb</li> </ol>

Naziv predmeta	Računovodstvo financijskih institucija
Šifra	DDS1IZB1
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
Sadržaj predmeta	
<p>Financijsko izvještavanje financijskih institucija, okvir cilj i značaj. Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 0 u bankama (upisani, a neuplaćeni kapital i nefinancijska aktiva) - primjer. Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 1 u bankama (kratkoročni krediti i dospjela potraživanja). Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 2 u bankama (ostala kratkoročna financijska aktiva - blagajničko poslovanje, kratkoročni vrijednosni papiri, kratkoročna razgraničenja...). Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 3 i 4 u bankama (dugoročni krediti i ostala dugoročna financijska imovina...). Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 5 i 6 u bankama (kratkoročni depoziti, krediti i dospjele obveze i ostala kratkoročna pasiva). Specifičnosti knjiženja poslovnih knjiženja razreda 7 i 8 u bankama (dugoročni depoziti, krediti i ostala dugoročna pasiva). Primjer izrade obračuna poslovnog rezultata u bankama. Računovodstveno evidentiranje akreditiva (loro i nostro - pokriveni i nepokriveni) i garancija. Specifičnosti računovodstva osiguranja - evidentiranje premija životnih i neživotnih osiguranja, evidentiranje prihoda i troškova ulaganja i izdataka za osigurane slučajeve. Specifičnosti računovodstva osiguranja - likvidacija šteta, knjiženje premija predanih u reosiguranje. Obračun poslovnog rezultata u osiguranjima.</p>	
Kompetencije	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Praktična znanja za odgovarajuće obračune, knjiženje poslovnih događaja i sastavljanje financijskih izvještaja</li> </ul>	
Literatura	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Računovodstvo banaka, Revicon, 1999.</li> <li>2. Grupa autora: Računovodstvo banaka, TEB, Zagreb, 2000.</li> </ol>
Dopunska	

Naziv predmeta	Burze vrijednosnica
Šifra	DDS1IZB2
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Financijska tržišta - pojam, funkcija i vrste; Burze - pojam, tipovi, oblici organizacije; Organizacija trgovanja na burzama vrijednosnica - sudionici, tržišni nalozi, modeli trgovanja; Indikatori kretanja cijena vrijednosnica; Tržište obveznica; Simulacija trgovanja I; Tržište dionica; Simulacija trgovanja II; Tržište financijskih izvedenica; Simulacija trgovanja III; Fundamentalna i tehnička analiza; Regulacijski okvir burzi - ciljevi, instrumenti, priroda regulacije; Burze vrijednosnica BiH (organizacija, pokazatelji razvijenosti, indeksi, perspektive); Burze vrijednosnica BiH (SASE i BLSE); Regulacija financijskog tržišta BiH.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska i praktična znanja organizacije i trgovanja na burzama vrijednosnica</li> <li>• Znanja stečena analizom podataka i vrednovanja vrijednosnih papira i njihovih derivata</li> <li>• Mogućnost predviđanja i razumijevanja kretanja cijena vrijednosnica</li> <li>• Upoznavanje s rizicima trgovanja i regulacije</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. George A. Fontanills, Tom Gentile: The Stock Market Course, John Wiley&amp;Sons, Inc., 2001.</li> <li>2. John C. Hull.: Options Futures and Other Derivatives, Prentince Hall, 2003.</li> <li>3. Orsag, S.: Izvedenice, HUFA, 2006.</li> <li>4. Murphy, J.: Tehnička analiza financijskih tržišta, Masmedia, 2007.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ivan Lovrinović.: Novčano tržište srce financijskog tržišta, Tisak, Zagreb 1997.</li> <li>2. John C. Hull.: Options Futures and Other Derivatives, Prentince Hall, 2003.</li> <li>3. Graham, B., Zweig, J., Buffett, W. E., Orsag, S.: Inteligentni investitor, Masmedia, 2006.</li> </ol>



Naziv predmeta	Upravljanje cijenama
Šifra	DDS1IZB3
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Pismeni i usmeni ispit, izrada seminarskih radova
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Politika cijena u funkciji poslovne funkcije (Što je politika cijena; Relativna uloga managementa i tržišta; politika cijena i mikroekonomska teorija; Politika cijena i ciljevi poduzeća; Profit kao cilj; Profitna stopa kao mjerilo poslovnog uspjeha; Analiza profitabilnosti proizvoda; Mikroekonomsko planiranje, profit i politika cijena)</p> <p>Ciljevi i metode u politici cijena (Ciljevi određivanja cijena; Metodi formiranja cijena - formiranje cijene dodavanjem profitne marže na prosječne troškove, određivanje cijene bruto maržom, određivanje cijene na osnovi stope prinosa na kapital, određivanje cijene metodom elastične marže, određivanje cijene pomoću graničnog ili prosječnog troška i cjenovne elastičnosti potražnje, točka pokrića troškova, određivanje cijene na temelju iskustvene krivulje, formiranje cijene u tijeku životnog ciklusa proizvoda, penetracijska cijena, prestižno određivanje cijene, određivanje cijene prema konkurenciji, ostali oblici određivanja cijena); Formiranje cijena na tržištu proizvoda (Definicija tržišta i veličina; Konkurentna u odnosu na nekonkurentna tržišta-savršeno konkurentna, dovoljno konkurentna i nekonkurentna tržišta; Tržišne cijene-cijena savršenog konkurenta, cijene na dovoljno konkurentnom tržištu, poduzeće sa diferencirani proizvodima, konkurencija malog broja poduzeća, cijene na nekonkurentnom tržištu, cijene i tržišna moć); Određivanje cijena više proizvoda (Određivanje cijena više proizvoda s međuzavisnom potražnjom, Određivanje cijena više proizvoda i korištenje kapaciteta; Određivanje cijena vezanih proizvoda sa fiksnim i varijabilnim odnosom; Osvrt na rješenja pomoću granične analize); Određivanje transfernih cijena (Pojam i karakteristika; Transferne cijene poluproizvoda bez vanjskih tržišta; Transferne cijene poluproizvoda s vanjskim tržištem; Osvrt na rješenja sa graničnim veličinama).</p>	
<b>Kompetencije</b>	
Student stječe znanja i vještine neophodna za sudjelovanje u formiranju cijena proizvoda i usluga, odnosno kreiranju cjenovne politike poduzeća.	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	1. Bakalar, J.: Teorija i politika cijena, HKD Napredak Sarajevo, 2001.
Dopunska	1. Salvatore, D.: Ekonomija za menadžere, Mate Zagreb, 1994. 2. Pindyck, Rubenfield: Mikroekonomija, Mate Zagreb, 2005. 3. Bjarke, T.: Prising in Theory and Practice, Handelshojskolens Forlag, 1994. 4. Raju, J., Zhang Z. J.: Pametno određivanje cijena; Mate Zagreb, 2011.

Naziv predmeta	Upravljanje odnosima s klijentima
Šifra	DDS1IZB4
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, seminarski rad, simulacije, pismeni i usmeni
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Proces donošenja odluke o kupovini (Prve tri faze procesa donošenja odluke o kupovini); Proces donošenja odluke o kupovini (Kupovina i zadovoljstvo potrošača); Očekivana vrijednost kao osnova tržišnog poslovanja. Spoznajna vrijednost kao osnova tržišnog poslovanja; Zadovoljstvo potrošača. Povezanost zadovoljstva s konceptom vrijednosti za potrošače; Mjerenje zadovoljstva potrošača. Istraživanje zadovoljstva potrošača; Istraživanje vrijednosti za potrošače. Metode i tehnike istraživanja vrijednosti za potrošače; Ispitivanje potrošača o zadovoljstvu. Izgradnja modela mjerenja zadovoljstva potrošača; Imidž (pojam imidža, elementi koncepcije imidža i značaj imidža); Značaj marketinškog komuniciranja u formiranju imidža. Pretpostavke za izgradnju imidža; Transfer imidža. Imidž prodavaonice; Čimbenici imidža prodavaonice; Upravljanje imidžom</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz upravljanja odnosima s klijentima i marketinga</li> <li>• Praktična znanja iz upravljanja odnosima s klijentima i marketinga na osnovu analize konkretnih problema i prijedloga mogućih rješenja za praksu.</li> <li>• Analiza slučajeva i donošenje zaključaka o metodama, tehnikama i postupcima istraživanja kao i o interpretaciji i primjeni rezultata.</li> <li>• Prezentiranje i verbalna komunikacija prilikom izlaganja seminarskih radova.</li> <li>• Samostalni rad na pisanju seminarskih radova.</li> <li>• Pismeno izražavanje prilikom izrade seminarskih radova.</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja o primjeni metoda, tehnika i postupaka kao i o značaju upravljanja odnosima s klijentima za ukupni marketing i strategiju poduzeća.</li> <li>• Poticanje studenata na kreativnost u prijedlozima različitih pristupa, međusobnu komunikaciju, izražavanje i argumentiranje mišljenja o konkretnim slučajevima i njihovim implikacijama.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesić, T., Ponašanje potrošača, Opinio, Zagreb, 2006.</li> <li>2. Vranešević, T, Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb, 2000.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kukić, S., - redaktor, Marketing, Ekonomski fakultet Sveučilište u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>2. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., - urednici, Marketing, Adverta, Zagreb, 2007.</li> <li>3. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., - urednici, Marketing, Adverta, Zagreb, 2004.</li> <li>4. Babić, M., Korporativni imidž, Adamić, Rijeka, 2004.</li> <li>5. Brkić, N., Upravljanje marketing komuniciranjem, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo, 2003.</li> <li>6. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., Ferrell, O. C., Marketing, Mate, Zagreb, 1995</li> <li>7. Kotler, Ph., Upravljanje marketingom, analiza, planiranje, primjena i kontrola; Mate, Zagreb, 2001.</li> </ol>

Naziv predmeta	Menadžment organizacijskog ponašanja
Šifra	DDS1IZB5
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>POJAM I DEFINIRANJE ORGANIZACIJSKOG PONAŠANJA - Što je organizacija? Što je organizacijsko ponašanje. Teorije organizacije i organizacijsko ponašanje. Razvoj organizacijskog ponašanja.</p> <p>ETIKA I ORGANIZACIJSKO PONAŠANJE - Etičko i neetičko ponašanje. Etika i organizacijsko ponašanje. Etičke vrijednosti i pojedinac. Teorije etike. Upravljanje za etičko ponašanje. Međunarodni aspekt etike. Socijalna odgovornost.</p> <p>POJEDINAC I ORGANIZACIJA - Percepcije, mišljenja i osobnost pojedinca. Teorije, dimenzije i tipovi osobnosti. Organizacijska socijalizacija. Uloge i ponašanje. Granice promjena. Stupnjevi socijalizacije. Individualne razlike. Motivacijske teorije. Teorije potreba. Kognitivne teorije i teorije o ponašanju. Unutarnje nagrade. Oblikovanje posla.</p> <p>GRUPE I INTERPERSONALNI PROCESI U ORGANIZACIJI - Definicija grupe. Grupe i organizacija. Grupni i intergrupni procesi. Formalne i neformalne grupe. Razumijevanje grupa u organizacijama. Funkcije grupa. Tipovi grupa. Samoupravljeni timovi. Većinski i manjinski utjecaj u grupama. Socijalna struktura grupe. Čimbenici koji utječu na efikasnost grupe. Komunikacija unutar grupe. Analiza ponašanja unutar grupe. Odlučivanje unutar grupe. Timovi nasuprot grupa. Izgradnja tima. Visoko uspješni timovi. Poboljšanje timskog rada.</p> <p>OBLIKOVANJE POSLA - Priroda posla. Studij rada, ergonomija i analiza posla. Oblikovanje posla. Tehnologija i organizacija posla. Grupe i organizacije posla. Fleksibilnost i obogaćivanje posla. Alijenacija, satisfakcija i produktivnost kroz organizaciju posla.</p> <p>KOMUNIKACIJSKI PROCESI U ORGANIZACIJI - Priroda komunikacija. Važnost komunikacija. Problemi komuniciranja. Osnovni komunikacijski modeli. Tipovi komunikacija. Faze komunikacijskog procesa. Funkcije komunikacija u organizaciji. Odgovornost za uspješno komuniciranje. Formalna i neformalna komunikacija. Važnost slušanja. Razvijanje vještina slušanja. Aktivno slušanje. Efikasnost komunikacija. Tehnologija komunikacija. Komunikacijske uloge. Komunikacijske mreže. Komunikacijske barijere. SUKOBI U ORGANIZACIJI - Pojam i vrste sukoba. Funkcionalni i disfunkcionalni sukob. Razine sukoba. Tipovi sukoba. Posljedice sukoba. Orijentacija sukoba. Latentni sukob. Izvori sukoba u organizacijama. Upravljanje sukobom u organizacijama. Pregovaranje. Strategije pregovaranja. Sukob i stres. Model stresa. Stresori. Upravljanje stresom.</p> <p>MOĆ I POLITIKA U ORGANIZACIJI - Moć, utjecaj i ovlasti. Perspektive moći. Izvori moći u organizaciji. Moć i odlučivanje. Kontrola unutar organizacije. Moć i kontrola. Politika unutar organizacije. Strategije politike. Politika ponašanja u organizaciji. Upotreba političkog ponašanja. Upravljanje političkim ponašanjem.</p> <p>RAZVOJ ORGANIZACIJE - Što je to razvoj organizacije? Povijest razvoja organizacije. Principi razvoja organizacije. Konzultant za razvoj organizacije. Selekcija, vrednovanje, kompetencije i uloge konzultanata. Unutarnji nasuprot vanjski konzultanti. Dijagnoza stanja. Planiranje promjena. Provođenje promjena u organizaciji.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
Upoznavanje studenta s društvenom dimenzijom odnosno mekim varijablama organizacije kao što su pojedinci, skupine, timovi, njihova znanja i sposobnosti, komunikacijski procesi, sukobi te moć i utjecaj koji imaju u organizaciji. Stjecanje znanja o ljudskoj dimenziji organizacije može biti korisno studentima, ali i svima onima koji koordiniraju i usmjeravaju napore drugih ljudi prema ostvarenju određenih zacrtanih ciljeva organizacije.	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kordić, D.: Menadžment organizacijskog ponašanja, Sveučilište u Mostaru i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2002.</li> <li>2. Robbins, S. P.: Bitni elementi organizacijskog ponašanja; III. Izdanje; MATE, Zagreb, 1995.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Martin, J.: Organizational Behaviour; Second edition; Thompson Learning; 2001.</li> <li>2. Schermerhoen, J. R. Jr.; Hunt, J. G.; Osborn, R. N.: Organizational Behavior; Seventh edition; John Wiley And Sons, Inc; New York etc; 2000.</li> <li>3. Buchanan, D.; Huczynsky, A.: Organizational Behaviour - an introductory text; Third edition; Prentice Hall; London etc; 1997.</li> <li>4. Buchanan, D.; Huczynsky, A.: Organizational Behaviour - an introductory text (student workbook); Third edition; Prentice Hall; London etc; 1997.</li> </ol>

Naziv predmeta	Upravljanje kvalitetom
Šifra	DDS1IZB6
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, Studije slučajeva, pismeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod u kvalitetu; Povijesni razvoj kontrole kvalitete; Razvoj organizacijskih oblika i metoda upravljanja kvalitetom; Mjerenje kvalitete; Korektivne akcije; Analiza postignuća; Troškovi kvalitete; Struktura troškova kvalitete; Sustav troškova kvalitete; Preventiva kao uvjet poboljšanja kvalitete i smanjenja troškova; Koncept potpunog upravljanja kvalitetom (TQM); Provedba TQM; Uspostavljanje poslovnog okruženja ukupne kvalitete; Resursi i TQM; Međunarodne norme ISO 9000 i 14000; Uloga i funkcija ISO; Namjena i način upotrebe ISO; Revizija ISO Metode i tehnike upravljanja kvalitetom u fazi identifikacije potreba potrošača - Metoda za razvoj funkcije kvalitete; Implikacije sustava kvalitete; Tehnike za analizu potreba potrošača i odnosa; organizacije s dobavljačima i korisnicima; Metode i tehnike upravljanja kvalitetom u fazi oblikovanja proizvoda - Analiza vrijednosti; Robusni dizajn; Projektiranje eksperimenata; Simultani inženjering; Analiza načina, posljedica i kritičnosti propusta, te analiza stabla nedostataka; Metode i tehnike upravljanja kvalitetom u fazi proizvodnje - Osiguranje kvalitete inspekcijom; Pareto analiza i dijagram uzroka i posljedica; Tehnike za unapređivanje procesa.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>U okviru predmeta Upravljanje kvalitetom studenti stječu kompetencije, znanja i vještine u cilju razumijevanja i savladavanja sustava kvalitete u poduzeću te spoznaju značenje i implikacije sustava upravljanja kvalitetom u poduzeću.</p> <p>Stečeno znanje i spoznaje vezane uz značenje implementiranih sustava kvalitete svakako se mogu primijeniti u budućim poslovnim procesima u kojima će studenti sudjelovati.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	1. Skoko, H., Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb, 2000.
Dopunska	1. Juran, J. M., Gryna, F. M., Planiranje i analiza kvalitete, treće izdanje, Mate, 1999.

Naziv predmeta	Informatizacija poslovnih procesa
Šifra	DDS1IZB7
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, testovi, pismeni i usmeni ispit, izrada projekta
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
Definicija sustava, informacijskog sustava i informatizacije poslovanja. Uvod u informatizaciju i modeliranje poslovnih procesa primjenom informacijske tehnologije; Informacijski sustavi kao potpora poslovnim procesima; Reinženjerstvo poslovnih procesa primjenom informacijske tehnologije; Modeli elektroničkog poslovanja i informacijska tehnologija; Metode za modeliranje poslovnih procesa u projektima razvoja informacijskih sustava; Programski alati za modeliranje poslovnih procesa Informatizacija poslovnih procesa u poduzeću: IPS obavještanja o tržištu, marketinški IPS, IPS prodaje odnosno za komunikaciju sa kupcima, IPS proizvodnje, IPS nabave, IPS financijskog poslovanja, računovodstveni IPS, IPS planiranja i analize poslovanja, IPS interne kontrole i revizije, IPS za upravljanje ljudskim resursima, IPS za upravljanje informacijskim resursima, IPS za istraživanje i razvoj.	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz poslovnih procesa, njihovog upravljanja i informatizacije te modeliranja poslovnih procesa i njegove povezanosti s projektima razvoja informacijskog sustava i projektima restrukturiranja organizacije.</li> <li>• Praktična znanja o programskih alatima za modeliranje poslovnih procesa kroz njihovu primjenu na konkretnim primjerima iz prakse</li> <li>• Analiza praktičnih slučajeva i donošenje zaključaka</li> <li>• Sposobnost zaključivanja o potrebi i načinu informatizacije poslovnih procesa u konkretnim situacijama</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Long, K.: Business Process Modelling, Analysis and Design, IRM UK Strategic IT Training, London, 2006.</li> <li>2. Bosilj Vukšić, V., Hernaus, T., Kovačić, A.: Upravljanje poslovnim procesima: organizacijski i informacijski pristup, Školska knjiga, Zagreb, 2008.</li> <li>3. Marić, G.: Upravljanje poslovnim procesima, Školska knjiga, Zagreb, 2006.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bosilj Vukšić, V., Kovačić, A.: Upravljanje poslovnim procesima, Sinergija, Zagreb, 2004.</li> <li>2. Booch, G., Rumbaugh, J., Jacobson, I.: The Unified Modeling Language user guide, Second edition, Pearson Education, Inc, 2005.</li> <li>3. Davis, R.: Business Process Modelling with ARIS 5: A Practical Guide, Springer-Verlag, Berlin, 2002.</li> </ol>

Naziv predmeta	Poslovna prognostika
Šifra	DDS1IZB8
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	1
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
Sadržaj predmeta	
Uvod. Prognoziranje u poslovnoj ekonomiji. Metode data mininga za prognoziranje. Regresijski modeli u prognoziranju. Metode prognoziranja na temelju vremenskih serija. Dekompozicija vremenskih serija. Eksponencijalno izgladivanje. ARIMA modeli. Napredne metode prognoziranja. Podaci. Uporaba jezika R u poslovnom prognoziranju.	
Kompetencije	
Osposobiti studenta za uporabu metoda data mininga za prognoziranje u području poslovne ekonomije. Studenti će znati koristiti i odgovarajuće softverske alate za prognoziranje.	
Literatura	
Obvezna	1. Hyndman and Athanasopoulos (2012), Forecasting: principles and practice, OTexts. 2. Makridakis S., S.C. Wheelwright and R.J. Hyndman (1998). Forecasting: Methods and Applications. 2nd Edt. New York: Wiley
Dopunska	1. Šošić I. (2006). Primijenjena statistika, Zagreb: Školska knjiga (odabrana poglavlja)

Naziv predmeta	Financiranje društvenih djelatnosti
Šifra	DDS2IZB1
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Kolokvij, testovi, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Pojmovno određenje i karakter društvenih djelatnosti. Javno dobro i njegove karakteristike. Obilježja, ekonomske i socijalne funkcije društvenih djelatnosti. Financijska djelatnost države. Financijska neodgovornosti ekskluzija. Primjena kriterija ekonomske efikasnosti i djelovanje ekonomskih zakonitosti u društvenim djelatnostima. Veličina i struktura javnog sektora. Modeli promjene veličine javnog sektora. Utjecaj fiskalne decentralizacije na društvene djelatnosti. Modeli proračuna, sustavni pristup budžetiranju u javnom sektoru. Model učinkovitog zadovoljavanja privatnih i društvenih dobara, određivanje i izbor optimuma. Planiranje razvoja društvenih djelatnosti. Pozitivne i negativne eksternalije u društvenim djelatnostima. Metode ocjene efikasnosti ulaganja u društvene djelatnosti. Realni i financijski fenomen u društvenim djelatnostima. Modeli financiranja društvenih djelatnosti. Sustavni pristup financiranju društvenih djelatnosti. Zdravstvo i zdravstvena zaštita. Ekonomske karakteristike i determinante zdravstvene potrošnje. Modeli financiranja zdravstva. Socijalno osiguranje. Razvoj socijalnog osiguranja EU/BiH. Značajke, načela i načini financiranja socijalnog osiguranja. Doprinosi za socijalno osiguranje u BiH. Politika zaštite okoliša. Čimbenici i instrumenti zaštite okoliša. Ekološki porezi. Fond za zaštitu okoliša u BiH. Sustav upravljanja okolišem i globalna okolišna pomoć. Obrazovanje kao društvena djelatnost. Uloga obrazovanja u proizvodnoj funkciji i suvremenom gospodarstvu. Javno i privatno obrazovanje. Rentabilnost ulaganja sa stajališta pojedinca i društva. Modeli i problemi financiranja obrazovanja. Kvalitativna i kvantitativna neusklađenost potreba i obrazovnih kapaciteta. Reforme obrazovanja. Sport kao društvena djelatnost. Modeli organizacije i financiranja sporta i sportskih klubova. Zakonska regulativa i širi interes. Kultura. Klasifikacija i čimbenici utjecaja. Ekonomska dimenzija kulture i kulturnog naslijeđa. Problemi definiranja prioriteta. Investicijska politika u sustavu društvenih djelatnosti. Društvene djelatnosti i gospodarski razvoj.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Razumijevanje odnosa realnog i financijskog fenomena u sustavu društvenih djelatnosti. Stjecanje temeljnih znanja o specifičnostima financiranja društvenih djelatnosti potrebnih za poslove koje će obavljati polaznici obrazovnog procesa. Kroz usvajanje znanja iz financijskog managementa u društvenim djelatnostima polaznici će biti spremni za donošenje odluka iz sfere financijske politike u sustavu društvenih djelatnosti.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jurković, P., Osnove ekonomike društvenih djelatnosti. Ekonomski institut Zagreb, Zagreb, 1986.</li> <li>Hagner, P., Offentliche Dienste, R. Oldenburg Verlag Munchen, Wien, 2002.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>Barić, V., Socijalna infrastruktura kao čimbenik razvoja hrvatskog gospodarstva; Hrvatski gospodarski razvoj, Ekonomski fakultet Zagreb i Politička kultura, Zagreb, 2003.</li> <li>St. John, P. E., Parsons D. M., Public funding of higher education, The J H University Press, 2004.</li> <li>Culyer J. A. Newhouse J. P. Handbook of health economics, VI 1, North-Holland, Amsterdam, 2007.</li> <li>Kruschwitz, A. M., Finanzierung und Investition, R. Oldenburg Verlag Munchen, Wien, 2002.</li> <li>Aktualni članci i zakoni</li> </ol>

Naziv predmeta	Analiza financijskih izvještaja
Šifra	DDS2IZB2
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvod u financijsko izvještavanje - pojam, ciljevi i korisnici financijskog izvještavanja; Značenje računovodstvenih informacija u upravljanju poslovanjem poduzeća; Okvir za financijsko izvještavanje prema Međunarodnim računovodstvenim standardima i direktivama EU; Financijsko izvještavanje u BiH, okvir za financijsko izvještavanje, sadržaj osnovnih financijskih izvještaja.</p> <p>Pojam i značaj analize financijskih izvještaja. Analiza financijskih izvještaja kao informacijska pretpostavka racionalnog upravljanja. Povezanost analize financijskih izvještaja sa računovodstvom i revizijom. Korisnici rezultata analize financijskih izvještaja; Pristup analizi financijskih izvještaja; Vrste analize (kvantitativna i kvalitativna analiza, statička i dinamička analiza, kompleksna i parcijalna analiza); Metode analize i standardi u analizi financijskih izvještaja; Temeljni instrumenti i postupci u analizi financijskih izvještaja; Horizontalna i vertikalna analiza financijskih izvještaja; Analiza pomoću pokazatelja.</p> <p>Analiza bilance stanja; Vertikalna analiza (struktura aktive i pasive, struktura stalnih i obrtnih sredstava, struktura kratkoročnih i dugoročnih izvora kapitala, struktura vlasničkog kapitala); Horizontalna analiza bilance stanja pomoću komparativnih izvještaja.</p> <p>Analize bilance uspjeha; Vertikalna analiza (struktura prihoda, struktura rashoda, odnos pozicija bilance uspjeha prema prihodu od prodaje); Horizontalna analiza bilance uspjeha.</p> <p>Izvještaj o novčanom toku; Metode sastavljanja izvještaja, analiza novčanog toka, planiranje financijskih potreba; Izvještaj o promjenama u kapitalu, izvori promjena kapitala, analiza promjena; Računovodstvene politike kao pretpostavka kvalitete financijskih izvještaja; Analiza utjecaja računovodstvenih politika na financijski položaj i uspješnost poslovanja poduzeća.</p> <p>Pokazatelji analize financijskih izvještaja; Klasifikacija pokazatelja; Pokazatelji sigurnosti poslovanja Pokazatelji aktivnosti i pokazatelji uspješnosti poslovanja; Sustavi pokazatelja i sintetski pokazatelji; Specijalizirane analize. Pokazatelji u ocjeni i procjeni boniteta poduzeća.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razumijevanje pojma i uloge analize financijskih izvještaja u suvremenim uvjetima poslovanja.</li> <li>• Stjecanje znanja o temeljnim instrumentima i postupcima analize financijskih izvještaja.</li> <li>• Razvijanje sposobnosti prepoznavanja potrebnih analiza i informacija prema zahtjevima različitih korisnika.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vujević, I.: Analiza financijskih izvještaja, ST- Tisak, Split, 2009.</li> <li>2. Žager, K., Žager. L: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008.</li> </ol>
Dopunska	1. Gulin, D., Tušek, B., Žager, L. Poslovno planiranje, kontrola i analiza, HZRiF, Zagreb, 2004.



Naziv predmeta	Kanali distribucije
Šifra	DDS2IZB3
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Kolokvij, seminarski rad, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Pojam i definicija kanala distribucije; Vrste kanala distribucije; Struktura kanala distribucije; Organizacija kanala distribucije; Proces oblikovanja i izbora kanala distribucije; Odnosi članova unutar kanala distribucije; Stvaranje konkurentskih prednosti putem kanala distribucije; Trendovi u razvoju kanala distribucije; Internet kao kanal distribucije; Kanali distribucije za usluge; Izravni marketing, izravna prodaja i izravni kanali distribucije;</p> <p>Reverzni ili obrnuti kanali distribucije; Vrijednosne mreže kao kanal distribucije; Maloprodajno poslovanje; Veleprodajno poslovanje, fizička distribucija; Zaključak kanala distribucije; Kratki pregled drugih knjiga iz kanala distribucije.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja iz kanala distribucije i marketinga</li> <li>• Praktična znanja iz kanala distribucije i marketinga na osnovu analize konkretnih problema i prijedloga mogućih rješenja za praksu.</li> <li>• Analiza slučajeva i donošenje zaključaka o metodama, tehnikama i postupcima u kanalima distribucije kao i o interpretacija i primjena rezultata kanalima distribucije.</li> <li>• Prezentiranje i verbalna komunikacija prilikom izlaganja seminarskih radova.</li> <li>• Samostalni rad na pisanju seminarskih radova.</li> <li>• Pismeno izražavanje prilikom izrade seminarskih radova.</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja o primjeni metoda, tehnika i postupaka kao i o značaju kanala distribucije za ukupni marketing i strategiju poduzeća.</li> <li>• Poticanje studenata na kreativnost u prijedlozima različitih pristupa, međusobnu komunikaciju, izražavanje i argumentiranje mišljenja o konkretnim slučajevima i njihovim implikacijama.</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stern, L.W., Coughlan, A.T., Anderson, E., El - Ansary, A.I.: Marketing Channels, 6 izdanje, Prentice Hall, New Jersey, 2001.</li> <li>2. Rosenbloom, B.: Marketing Channels: A Management View, 7. izdanje, South - Western, Mason, Ohio, 2004.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kukić, S.-redaktor, Marketing, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2007.</li> <li>2. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ., - urednici, Marketing, Adverta, Zagreb, 2007.</li> <li>3. Bijakšić Martinović, S., Jelčić, S., Distribucija i prodaja u suvremenom marketinškom okruženju, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2009.</li> <li>4. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M., Ferrell, O.C., Marketing, Mate, Zagreb, 1995.</li> <li>5. Kotler, Ph., Upravljanje marketingom, analiza, planiranje, primjena i kontrola; Mate, Zagreb, 2001.</li> </ol>

Naziv predmeta	Marketing neprofitnih organizacija
Šifra	DDS2IZB4
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Prikupljanje bodova (Pismeni ispit, studije slučajeve, prezentacije)
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Uvodno predavanje (neprofitni sektor, djelokrug neprofitnog sektora, neprofitni marketing)          Pojam i klasifikacija neprofitnih organizacija i trendovi u položaju neprofitnih organizacija          Neprofitni vs. konvencionalni marketing          Marketing neprofitnih organizacija i društveni marketing          Ciljna tržišta neprofitnog marketinga          Razvijanje marketing spleta neprofitnih organizacija          Planiranje neprofitnog marketinga          Organizacija i kontrola neprofitnog marketinga          Marketing u javnom sektoru</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Implementacija marketinga izvan gospodarske aktivnosti predstavlja veliki pomak u pravcu šireg shvaćanja marketinga kao izvorno društvene djelatnosti. Kolegij studentima pruža jasan uvid u glavna obilježja neprofitnog marketinga, strategije i instrumente neprofitnog marketinga i na taj način im pruža potrebna znanja za rad u praksi i izvan profitnog sektora. Poseban osvrt na marketing u javnom sektoru studentima nudi osnovna znanja iz sve značajnijeg područja upravljanja javnim institucijama u funkciji racionalizacije javnog sektora i većeg zadovoljstva građana. Samostalnim obrađivanjem slučajeva iz prakse studenti na adekvatan način mogu povezati stečena teorijska znanja sa slučajevima u praksi.</p>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meler, M.: Neprofitni marketing, Ekonomski fakultet Osijek, 2003.</li> <li>2. Pavičić, J.: Strategija marketinga neprofitnih organizacija, Masmedia, Zagreb, 2003.</li> <li>3. Kotler, Ph., Lee, N.: Marketing u javnom sektoru, put do bolje izvedbe, Mate, Zagreb, 2007.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Andearsen, A.R., Kotler, Ph.: Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, Prentice Hall, Upper Saddle River, 2003.</li> </ol>

Naziv predmeta	Obiteljski biznis
Šifra	DDS2IZB5
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Pismeni ispit, usmeni ispit i prezentacije istraživanja
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Relevantnost obiteljskih poduzeća u svjetskoj ekonomiji - Pojam i tipologija obiteljskog poduzetništva, resursi obiteljskog poduzetništva, priroda i struktura obiteljskog poduzetništva, obiteljska poduzeća u svjetskoj ekonomiji, prednosti i ograničenja obiteljskog poduzetništva.</p> <p>Poduzetništvo u obitelji - Uključenost obitelji u poslovanje obiteljskih poduzeća, Usklađivanje ciljeva i konflikti u obiteljskom poduzeću, životni ciklusi obiteljskih poduzeća.</p> <p>Nasljeđivanje obiteljskih poduzeća - odlučivanje u obiteljskim poduzećima, razvojni model obiteljskog poduzeća i nove generacije i nasljeđivanje obiteljskih poduzeća.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<p>Nakon položenog kolegija studenti će imati temeljna znanja i biti sposobni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizirati unutarnju okolinu obiteljskog poduzeća,</li> <li>• Analizirati specifične elemente i odnose obitelji, poslovanja i vlasništva poduzeća (model obiteljskog poduzeća)</li> <li>• Sudjelovati u donošenju odluka u obitelji i poduzeću vezano za obiteljski biznis,</li> <li>• Analizirati i sudjelovati u planiranju i realizaciji procesa nasljeđivanja u obiteljskim poduzećima,</li> <li>• Primjenjivati vještine i znanja upravljanja ljudskim resursima obiteljskih poduzeća i regrutiranje kadrova iz obitelji i izvan obitelji i upravljanje karijerama članova obitelji u obiteljskim poduzećima</li> <li>• Primjenjivati vještine vođenja (vodstva, motivacije, komunikacije,..) u obiteljskim poduzećima</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kružić D., Bulog, I.: Obiteljska poduzeća životni ciklusi, nasljeđivanje i održivost, Ekonomski fakultet Split, Split 2012.</li> <li>2. Kružić, D.: Obiteljski biznis, RRIF, Zagreb 2004.</li> </ol>
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A.: Poduzetništvo, 7. izdanje, Mate Zagreb, Zagreb 2011.</li> <li>2. Barringer, B., Ireland, R.D.: Poduzetništvo uspješno pokretanje novih poduhvata, 3. izdanje, Centar za razvoj poduzetništva Tuzla, Tuzla 2010.</li> </ol>

Naziv predmeta	Menadžersko računovodstvo
Šifra	DDS2IZB6
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	Kolokvij, pismeni i usmeni ispit
Broj sati nastave i vježbi	30+30
<b>Sadržaj predmeta</b>	
<p>Osnove menadžerskog računovodstva. Teorijske i praktične pretpostavke razvoja menadžerskog računovodstva. Odnos troškovnog, financijskog i menadžerskog računovodstva.</p> <p>Financijsko računovodstvo kao temelj za oblikovanje informacija menadžerskog računovodstva. Financijska izvješća u menadžerskoj formi - bilanca uspjeha</p> <p>Financijsko računovodstvo kao temelj za oblikovanje informacija menadžerskog računovodstva. Financijska izvješća u menadžerskoj formi - bilanca stanja i iskustveni odnosi</p> <p>Temeljna područja financijske analize, Racio analiza</p> <p>Temeljna područja financijske analize, Racio analiza</p> <p>Analiza novčanog toka</p> <p>Priroda troškova, podjele troškova i upravljanje troškovima - osnovni ciljevi upravljanja troškovima i osnovne podjele troškova</p> <p>Priroda troškova, podjele troškova i upravljanje troškovima - klasični modeli rasporeda neizravnih troškova (dio I); Priroda troškova, podjele troškova i upravljanje troškovima - klasični modeli rasporeda neizravnih troškova (dio II); Priroda troškova, podjele troškova i upravljanje troškovima - ostali modeli rasporeda neizravnih troškova (ABC metoda i ostale)</p> <p>Dodana vrijednost kao osnovica mjerenja performansi tvrtke; Budžetiranje kao temelj upravljanja prihodima, troškovima, dobitkom i novčanim tokovima; Standardni troškovi u planiranju i kontroli. Analiza odnosa troškova i prihoda; Donošenje poslovnih odluka na temelju informacija menadžerskog računovodstva.</p>	
<b>Kompetencije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teorijska znanja</li> <li>• Praktična znanja - kako donositi menadžerske odluke na osnovu računovodstvenih informacija</li> <li>• Analiza - analizirati računovodstvene informacije</li> <li>• Pismeno izražavanje</li> <li>• Sposobnosti zaključivanja</li> </ul>	
<b>Literatura</b>	
Obvezna	1. Belak V., Menadžersko računovodstvo, RRIF, Zagreb, 1995.
Dopunska	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meigs R.F., Meigs W.B, Accounting: The Basis for Business Decisions, Mc Graw-Hill, 1993. (hrvatsko izdanje - Računovodstvo temelj poslovnog odlučivanja, MATE, Zagreb, 1999.)</li> <li>2. Garrison R.H., Noreen E.W., Managerial Accounting, Irwin, Illinois, 1994.</li> <li>3. Engler C., Managerial Accounting, Irwin, Illinois, 1987.</li> <li>4. Horngren Ch.T., Sundem G.L., Introduction to Management Accounting, Prentice Hall, 1987.</li> <li>5. Smith J., Keith R., Stephens W., Managerial Accounting, Mc Graw-Hill, New York, 1988.</li> </ol>

Naziv predmeta	Revizija informacijskih sustava
Šifra	DDS2IZB7
Tip predmeta	Izborni predmet
ECTS	6
Semestar u kojem se sluša	2
Osnovni način polaganja	
Broj sati nastave i vježbi	30+30
Sadržaj predmeta	
Kompetencije	
Stjecanje znanja i vještina u kontroliranju i revidiranju rada informacijskog sustava. Stjecanje vještina u uporabi softverskih alata u reviziji i kontroli.	
Literatura	
Obvezna	
Dopunska	