

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Објектно оријентисано програмирање			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета:Обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Образовни циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање са елементима објектно оријентисаног програмирања и програмског језика Јава. Такође, циљ је и стицање вештина у програмирању и оспособљавање за самостално решавање програмских проблема кроз практичан рад на рачунару.			
Исходи предмета (стечена знања)			
Са стеченим теоретским и практичним знањем, студенти ће бити у могућности да раде у различитим развојним окружењима, а такође и да решавају различите програмске проблеме и задатке.			
Садржај предмета			
<u>Теоријска настава</u>			
Увод у објектно-оријентисано програмирање. Увод у Јаву – типови података, променљиве, низови. Објекти, класе објеката, програмски искази, класе и подкласе. Наслеђивање. Програми, подаци, променљиве. Петље и логика (поређење, логички оператори, искази, петље). Низови; Класе и методе. Јавина библиотека: пакети java.lang, java.util. Аплети. Графика - АWT: рад са прозорима, графичким објектима и текстом. Увод у SWING.			
<u>Практична настава: Вежбе</u>			
Јавине платформе. Рад у едитору NetBeans. Инсталација. Увод у Јаву. Коришћење NetBeans-а. Основни типови података. Константе. Управљачке наредбе. Коришћење блокова наредби. Петља for. Клаузула if-else. Бројеви у покретном зарезу. Логички типови података. Динамичка иницијализација. Низови (једнодимензионални и вишедимензионални). Читање улаза – Scanner. Пакети. Увожење класа. Управљачке наредбе (if, if-else-if, switch). Наредбе циклуса (for, while, do-while). Петља for-each. Наредбе скока (break, continue, return). Класе. Израда аплета. Употреба Swing-а. Јавина библиотека. Увод у Андроид и пример задатка на овој платформи.			
Литература			
Schild H., (2014). Java: The Complete Reference, 9th Edition Kalemis, D. (2013). The Fundamental Concepts of Object-Oriented Programming Deitel, H.M. & Deitel, P.J. (2009). Java: How to Program. Prentice Hall (8th ed.)			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	
4	2		Студијски истраживачки рад:
Методe извођења наставе			
За сваку наставну јединицу припремљене су адекватне презентације, а одређене наставне јединице укључују коришћење Интернета. Практичан рад се одвија у рачунарским салама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Израда детаљног пројекта истраживања	10	Писмени(практични) испит	40
Колоквијум	30	Усмени испит	20

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Веб дизајн			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Нема			
Образовни циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са савременим теоријским и практичним аспектима Web дизајна и програмирања апликација за Web и Интернет.			
Исходи предмета (стечена знања)			
Са стеченим теоретским и практичним знањем, студенти ће бити у могућности да дизајнирају и програмирају пословне апликације за World Wide Web и Интернет.			
Садржај предмета			
<u>Теоријска настава</u>			
Интернет и WWW. Области Web дизајна. Web и графички дизајн. Дизајн интерфејса. Оптимизација за Web претраживаче. Алата за израду Web страница. Графички оријентисани едитори. Технологије за израду Web страница. Креирање Web сајта. Дефинисање циљева и задатака сајта. Планирање сајта. Структура сајта. Мапа сајта. Навигација. Боја позадине и фонтова. Форматирање текста. Фонтови. Сlike. Анимације. Звук. Компатибилност сајта у разним окружењима. Склапање садржаја у целину. Прикупљање материјала за сајт. Израда сајта. Промоција сајта. Праћење и одржавање сајта.			
<u>Практична настава: Вежбе</u>			
Коришћење основних алата за прављење веб презентације. Аутоматско генерисање у HTML код. Коришћење алата и wizard-а у едитору за израду Web презентација. Рад у едитору. Дугмад, фонтови, текст, слике, видео записи, едитори, фрејмови, линкови. Постављање презентације на Интернет. Коришћење налога на серверу. SSH Secure Shell Client програм. Основни појмови у HTML-у. Тагови и основне наредбе у HTML-у. Рад са објектима у HTML-у. CSS. JavaScript.			
Литература			
Jennifer Niederst Robbins, 2012. Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics, 4th ed (Links to an external site.)Links to an external site. O'Reilly Media.			
Duckett, J. (2011). HTML and CSS: Design and Build Websites 1st Edition, Wiley.			
Duckett, J. (2014). JavaScript and JQuery: Interactive Front-End Web Development 1st Edition. Wiley.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: рад:	
Методe извођења наставе			
За сваку наставну јединицу припремљене су адекватне презентације, а одређене наставне јединице укључују коришћење Интернета. Пракатичан рад се одвија у рачунарским салама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Израда детаљног пројекта истраживања	20	Писмени(практични) испит	40
Колоквијум	20	Усмени испит	20

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Информациони системи и пословна аналитика			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов: Нема			
Образовни циљ предмета			
Циљ предмета је да упозна студенте са основном структуром, функционисањем и концепцијом савремених пословних информационих система, као и са основама пословне аналитике.			
Исходи предмета (стечена знања)			
Основни исходи образовања из овог предмета подразумевају да студенти овладају знањем везаним за значај и примену информационо-комуникационих технологија у пословним информационим системима и пословној аналитици. Очекује се да ће на основу наведеног знања студенти стећи увид у прави смисао и улогу информационих система и пословне аналитике у остваривању стратешких циљева пословних система.			
Садржај предмета			
Садржај предмета је тако конципиран да обухвата област информационих система и пословне аналитике по следећим темама: информационо-комуникационе технологије у дигиталној економији; информациони системи: концепти и дефиниције; место и улога информационог система у пословном систему; информационо-инфраструктура и архитектура; класификација информационих система; организација података у пословном систему; кључна питања рачунарске подршке процесу одлучивања; информациони системи подршке при доношењу пословних одлука; економија и управљање информационим ресурсима; утицај информационих технологија на организације, појединце и друштво. Пословна аналитика – дефиниције и општи контекст; типови пословне аналитике; алати пословне аналитике; значај и заступљеност пословне аналитике у различитим делатностима и пословним функцијама; користи које доноси примена пословне аналитике у пословним системима; анализа и откривање модела података, откривање информација и знања, пословна интелигенција; најновије тенденције у пословној аналитици. R програмски језик за пословну аналитику; Увод у програмски језик R; креирање различитих структура података; основне процедуре за управљање подацима, визуализација података у R-у.			
Литература			
<i>Information Technology for Management</i> , E. Turban, L. Volonino, Wood, 10th edition, John Wiley & Sons, Inc. 2015			
<i>Business Analytics, Methods, Models and Decisions</i> , James Evans, 2nd edition, Pearson Education Limited, Boston, 2017			
<i>R in Action</i> , 2nd edition, <i>Data Analysis and Graphics with R</i> , Robert I. Kabacoff, Manninig Publications Co. NY, 2015			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	
4	3		Студијски истраживачки рад:
Методе извођења наставе			
Предавања, анализа случајева (<i>case study</i>), рад у рачунарској учионици			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност на часу		писмени испит	30
практична настава	20	усмени испит	30
колоквијум-и	20	
есеји-и			

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Електронско пословање			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета:Обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Образовни циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са савременим теоријским и практичним аспектима примене информационе и комуникационе технологије у пословању и оспособљавање студената да овладају знањем и техникама електронског пословања.			
Исходи предмета (стечена знања)			
Студенти стичу специфична знања из области електронског пословања у трговини, маркетингу, банкарству, платном промету, осигурању, туризму и другим областима пословања. Познавање конкретних софтверских алата омогућиће студентима ефикасно коришћење информационо-комуникационе технологије у електронском пословању.			
Садржај предмета			
<u>Теоријска настава</u>			
Е-пословање – дефиниција; Стратегије електронског пословања; Технологија електронске трговине; Модели електронске трговине; Модели електронских тржишта; Е-маркетинг; Принципи web пословања; Модели web маркетинга; Модели наступа на интернету; Праћење статистике посећености web-презентације; Е – банкарство; Електронски новац; Интернет банкарство; Електронски системи плаћања на Интернету; Електронска финансијска тржишта и берзе; Електронски платни промет; Е – осигурање. Online маркетиншка подршка; Online дистрибуција традиционалних и Интернет производа; Online администрација. Производни портали, Point of Sale портали. Глобални дистрибуциони и резервациони системи.			
<u>Практична настава: Вежбе</u>			
Израда web сајта који покрива неку пословну активност (маркетинг, продају, платни систем, управљање односима са потрошачима, логистику,...). Коришћење алата и wizard-a у едитору за израду web презентација. Едитор Microsoft Expression Web 4.0. HTML код. CSS код за израду стилова и дефинисање блокова за постављање садржаја на страни. Постављање елемената, подешавање фонтова, текста, слика, видео записа, лејера, фрејмова, линкова. Основе CSS-a.. Позиционирање садржаја web стране помоћу CSS-a. Постављање презентације на Интернет. Оптимизација сајта; Online догађаји (видео конференције, семинари уживо); Савети посетиоцима; Блог, Алати за креирање Блога; Chat; Diskusione grupe; FAQ. Креирање претраживача на сајту. Креирање мапе сајта. Планирање навигације по сајту. Креирање мултимедијалних садржаја и виртуелне туре. Креирање календара догађаја. Пријављивање сајта на претраживачке директоријуме и и претраживаче. Алати за праћење статистике посећености сајта и анализу тих података.			
Литература			
Станкић Р., (2014). Електронско пословање, ЦИД, Економски факултет, Београд. Palacios-Marqués D., Marta Peris-Ortiz, (2013). Strategies in E-Business. Springer. Jonathan Reynolds. (2010). e-Business. OUP Oxford.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 4	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе			
За наставне јединицу припремљене су презентације, а предвиђено је коришћење Интернетa. Практичан рад се одвија у рачунарским салама.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Израда детаљног пројекта истраживања	20	Писмени(практични) испит	40
Колоквијум	20	Усмени испит	20

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика				
Врста и ниво студија: Основне академске студије				
Назив предмета: ЕРП софтвер				
Наставник (Име, средње слово, презиме):				
Статус предмета:Обавезан				
Број ЕСПБ: 7				
Услов: Нема				
Образовни циљ предмета				
Циљ предмета је упознавање студената са савременим теоријским и практичним аспектима примене интегрисаних информационих система и оспособљавање студената да овладају знањем и техникама примене специјализованих ЕРП софтверских решења.				
Исходи предмета (стечена знања)				
Са стеченим теоретским и практичним знањем, студенти ће бити у могућности да користе интегрисане информационе системе за решавање конкретних проблема у пословању. Познавање конкретних ЕРП софтверских алата омогућиће студентима ефикасно коришћење информационо-комуникационе технологије у пословању.				
Садржај предмета				
<u>Теоријска настава</u>				
ЕРП – интегрални пословни софтвер; Појам ЕРП софтвера; Еволуција ЕРП софтвера; Како ЕРП софтвер може бити искоришћен за унапређење перформанси предузећа; Инвестирање у ЕРП систем; Компоненте ЕРП система; Интерне компоненте; Екстерне компоненте; Имплементација ЕРП система; Отклањање отпора; Брзина спровођења; Модули ЕРП софтвера; Врсте ЕРП софтвера; Стратегијски ефекат. Cloud ERP. Global ERP. Big Data и ERP.				
<u>Практична настава: Вежбе</u>				
Вежбе практичних примера ће пратити предавања уз коришћење одређеног ЕРП система (SAP ERP, ORACLE ERP или Microsoft Dynamics). Кроз практичне примере биће примењена знања из других предмета (Базе података, Анализа података, ...) у решавању проблема у раду са конкретним ЕРП системом (импорт и експорт података из базе података коју користи конкретни ЕРП систем, даља анализа података софтверим који нису део ЕРП система,...). Навигација по модулима и њихово коришћење биће реализовано кроз директан приступ апликацијама намењеним за едукацију студентима од стране најзначајнијих произвођача ЕРП софтвера.				
Литература				
Станкић Р., (2013). <i>Пројектовање информационих система</i> (VI поглавље), ЦИД, Економски факултет, Београд.				
Alexis Leon, <i>ERP demystified</i> , second Edition Tata McGraw-Hill, 2009.				
Turban E., Volonino L., <i>Information Technology for Management: Improving Strategic and Operational Performance</i> , John Wiley & Sons, 2012.				
Број часова активне наставе			Остали часови	
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:		
4	4		Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе				
За наставне јединицу припремљене су презентације, а предвиђено је коришћење Интернета. Пракатичан рад се одвија у рачунарским салама.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит	поена
Израда детаљног пројекта истраживања		20	Писмени(практични) испит	30
Колоквијум		20	Усмени испит	30

Књига предмета**Табела 5.2 Спецификација предмета**

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Нове информационе технологије			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета:Изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
Образовни циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са новим информационим технологијама у савременом пословном свету. Поред cloud рачунарства и Интернет ствари (Internet of things), студенти ће бити у могућности и да се упознају са програмирањем пословних апликација на Android платформи.			
Исходи предмета (стечена знања)			
Са стеченим теоретским и практичним знањем, студенти ће бити у могућности да раде у пословним развојним окружењима за програмирање мобилних апликација, као и да користе одређене cloud платформе.			
Садржај предмета			
<u>Теоријска настава</u>			
Cloud рачунарство. Cloud провајдери и системи. Cloud платформе. Базе података на cloud-у. Internet of things i cloud рачунарство. Мобилно cloud рачунарство. Мобилне апликације за управљање Интернет стварима. Android платформа за коришћење мобилних апликација. Програмирање Android апликација.			
<u>Практична настава: Вежбе</u>			
Увод у оперативни систем Android. Рад у едитору Eclipse. Покретање и симулирање Android апликација на рачунарима и мобилним уређајима. Увод у пројектовање Android апликација. Пакет Android Software Development Kit. Нити. Кориснички интерфејс апликације. Догађаји. Употреба у умреженом окружењу (SMS поруке, web садржај, друштвене мреже).			
Литература			
Zhou H. (2013). The Internet of things in the cloud - middleware perspective, CRC Press, Taylor & Francis Group			
Kavis M. J. (2014). Architecting the Cloud: Design Decisions for Cloud Computing Service Models (SaaS, PaaS, and IaaS), John Wiley & Sons			
Lee W.M. (2012). Beginning Android 4 Application Development, Wrox			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 2	Други облици наставе: рад:	
Методe извођења наставе			
Предавања, студијско-истраживачки рад, студије случаја, израда апликација, активно коришћење Интернета			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Израда детаљног пројекта истраживања	20	Писмени(практични) испит	40
Колоквијум	20	Усмени испит	20

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика				
Врста и ниво студија: Основне академске студије				
Назив предмета: Менаџмент вредности				
Наставник (Име, средње слово, презиме):				
Статус предмета: Изборни				
Број ЕСПБ: 5				
Услов: -				
<p>Образовни циљ предмета - Образовни циљ предмета је овладавање напредним и практичним знањима о системима мерења и менаџмента заснованих на вредности. Реч је о системима који су се развијали нарочито у окружењу акционарски оријентисаних економија, али који своју употребну вредност потврђују и у банкоцентричним привредама и привредама у развоју. Вредност се проучава из угла стварања вредности за клијенте и њеног превођења у видљиве исходе за власнике.</p>				
<p>Исходи предмета (стечена знања) - Након изучавања овог предмета, студенти ће бити оспособљени да користе метрику која се користи у анализи и мониторингу процеса стварања вредности, као и у вредновању пословних стратегија; такође, студенти ће бити оспособљени да креирају и унапређују систем мерења перформанси који почива на принципима стварања вредности.</p>				
<p>Садржај предмета - Развој менаџмента вредности: теоријске основе, услови у окружењу, принципи стварања вредности; Методологија менаџмента вредности; Мерење и анализа створене вредности и модели вредновања засновани на рачуноводственом добитку; Мерење и анализа створене вредности и модели вредновања засновани на економском добитку и додатој економској вредности (EVA – <i>economic value added</i>); Мерење и анализа створене вредности и модели вредновања засновани на новачаним токовима: готовински принос на улагања (CFROI – <i>cash flow return on investment</i>) и додата вредност за акционаре (SVA – <i>shareholder value added</i>); Стратегије стварања вредности на нивоу предузећа и на нивоу бизниса: анализа, формулисање, вредновање, имплементација; Изградња система мерења перформанси у контексту менаџмента вредности: стратегијске мапе и Усклађена листа (BSC – <i>Balanced Scorecard</i>); Системи компензација засновани на вредности</p>				
<p>Литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каличанин, Ђ. (2006): <i>Менаџмент вредности предузећа</i>. Економски факултет, Београд 2. Ђурићин, Д., Јаношевић, С., Каличанин, Ђ. (2016): <i>Менаџмент и стратегија</i>, једанаесто издање, Економски факултет, Београд 3. Young D.S., O'Byrne S.F. (2001): <i>EVA® and Value-Based Management: A Practical Guide to Implementation</i>. Mc Graw-Hill 4. Rappaport, A. (1998): <i>Creating shareholder value: a guide for managers and investors</i>, Free Press 5. Kaplan R., Norton, D. (2004): <i>Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes</i>. Harvard Business School Press 				
Број часова активне наставе				Остали часови: 0
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	Студијски истраживачки рад: 0	
<p>Методе извођења наставе - Настава се изводи у виду предавања и вежби. На предавањима студенти се упознају са теоријским поставкама и праксом менаџмента вредности. Током часова вежби организује се анализа случајева, решавање задатака, као и дискусија релевантних проблема везаних за теоријски део градива и одабране студије случајева.</p>				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		Поена	Завршни испит	поена
активност на часу		10	усмени испт	60
колоквијум-и		30		

Књига предмета

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: (E00) Економија, пословноуправљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Пословна аналитика			
Наставник (Име, средње слово, презиме)			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 5 ЕСПБ			
Услов: нема			
Образовни циљ предмета Циљ предмета је упознавање са практичним алатима за припрему, анализу и визуелизацију података као подлоге за доношење пословних одлука као и развијање критичког размишљања унутар проблема пословне економије. Предмет треба да спреми студента за разне врте квантитативних анализа који се могу сусрести у пословном одлучивању и након завршетка студија. За циљ ће имати употребу стечених квантитативних вештина кроз проблеме постављене у пословном контексту.			
Исходи предмета (стечена знања) По завршетку курса студент ће бити у стању да: покаже формулише и реши математичке проблеме постављене у контексту пословног одлучивања; идентификује одговарајуће статистичке методе и примени их у контексту пословног проблема са којим је суочен; идентификује где различите расподеле вероватноћа могу бити употребљене у моделима пословног одлучивања; анализира велике скупове података и користи основне и напредне статистичке алате за анализу и графичку интерпретацију проблема пословне економије.			
Садржај предмета Визуелизација података и статистичких мера. Почетна анализа података: како проверити податке и идентификовати грешке у скупу података. Дистрибуција вероватноће и моделирање података. Тестирање хипотеза и регресиона анализа у пословној примени. Технике предвиђања у пословној примени. Математичко програмирање: LP модели, решења и анализа осетљивости. Проблеми са целобројним програмирањем у пословању. Дрво одлучивања и секвенцијално одлучивање. Симулационе технике.			
Литература 1. Wisniewski, M. (2009), Quantitative Methods for Decision Makers, Pearson Education. 2. Swift, L., Piff, S. (2014). Quantitative methods: for business, management and finance. Palgrave Macmillan. 3. Curwin, J., Slater, R., Eadson (2013). Quantitative methods for business decisions. Cengage Learning EMEA.			
Број часова активне наставе			Остали часови 0
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: 0	
Студијски истраживачки рад: 0			
Методе извођења наставе: Предавања у рачунарском центру; интерактивна настава фокусирана на коришћење постојећих квантитативних метода на решавање пословних проблема кроз употребу <i>Microsoft Excel</i> програма			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност на часу	10	писмени испит	60
практична настава	20		
колоквијум	10	

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Електронска трговина			
Наставник (Име, средње слово, презиме):			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема			
Образовни циљ предмета Циљ предмета је да студенти стекну теоријска знања из електронске трговине која ће им омогућити да разумеју начин функционисања електронске трговине, као и основне стратегије у електронској трговини. Поред тога, циљ је да студенти стекну и практична знања тј. да науче како да користе одређене алате у електронској трговини.			
Исходи предмета (стечена знања) Након одслушањог предмета студент ће разумети како функционишу основни пословни модели у електронској трговини, као и неопходне предуслове за успешно функционисање одређених модела и примену одређених стратегија и инструмената маркетинга у електронској трговини и вишеканалном окружењу. Студент ће стећи и одређена практична знања из електронске трговине нпр. развој онлине бизниса (продавнице или неког другог вида електронске трговине), примена одређених инструмената маркетинга у појединим моделима електронске трговине, како се комбинују класични пословни модели са електронским пословним моделима итд.			
Садржај предмета <ol style="list-style-type: none"> 1. Увод у електронску трговину 2. Инфраструктура неопходна за развој електронске трговине – израда адекватног веб сајта и остали предуслови за успешну електронску трговину 3. Сигурност у електронској трговини и системи плаћања 4. Пословне стратегије у електронској трговини и вишеканалном окружењу 5. Маркетинг у електронској трговини и вишеканалном окружењу 6. Електронска малопродаја и услуге 7. Б2Б електронска трговина 			
Литература Laudon, K., Guercio Traver, C., E-commerce 2017, 13th edition, Pearson education, 2017.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 60	Вежбе: 30	Други облици наставе: наставе:	
Студијски истраживачки рад:			
Методе извођења наставе Приступ настави је интерактиван. Ex cathedra предавања (презентације наставника) се комбинује са питањима и одговорима студената, дискусијама на задату тему, симулацијама, анализом случајева из праксе итд. Вежбе ће се одржавати у рачунском центру, где ће студенти научити како се креира веб сајт и имаће тимски задатак да развију онлине бизнис нпр. Интернет малопродају где ће осмислити концепт бизниса и израдити веб сајт.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	поена
активност на часу	5	усмени испит	60
практичан рад	15		
колоквијум	20		

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: (E00) Економија, пословно управљање и статистика				
Врста и ниво студија: Основне академске студије				
Назив предмета: Менаџмент продаје и односа са купцима				
Наставник (Име, средње слово, презиме)				
Статус предмета: обавезни				
Број ЕСПБ:7 ЕСПБ				
Услов: -				
Образовни циљ предмета - Циљ предмета је да кандидат разуме аргументацију важности неговања односа са купцима, укључујући и савладавање одабраних стратегија и тактика развоја односа са купцима.				
Исходи предмета (стечена знања) - Након курса студент ће моћи да класификује купце и одабере одговарајући приступ развоју односа са купцима. Кандидат ће након курса добити и основна софтверска усмерења и знања неопходна за неговање односа са купцима. Поред наведеног исход треба да буде и одговарајућа вештина развоја програма лојалности купаца, оцене задовољства купаца, као и развој програма даљег унапређења сарадње са купцима.				
Садржај предмета - Дугорочни маркетиншки односи; Релационизам и релационе норме; Купац као најважнији ресурс предузећа;Развој лојалности и дугорочне вредности купаца; Технолошке претпоставке развоја односа са купцима; Класификација купаца; Стратегије дугорочних односа са купцима;Дугорочни односи са купцима у В2В пословном амбијенту; Менаџмент кључних купаца; Дугорочни односи добављача и трговаца на основама концепције менаџмента категорије производа; Прилагођавање организационе структуре захтевима стратегије менаџмента кључних купаца; Дугорочни односи са купцима у В2С пословном амбијенту;Развој дугорочних односа са крајњим купцима; Везивање купаца и животна вредност купца; Унапређење односа са сегментима купаца; Употреба масовних података и предиктивних алата маркетинг-центричне стратегије; Стратегије менаџмента односа са купцима: дозвола за обраћање, персонализација, прилагођавање; Стратегија менаџмента односа са купцима: стварање искустава;Контрола употребе ресурса у концепцији менаџмента односа са купцима; Различита примена менаџмента односа са купцима: производња, услуге, држава; Изазови менаџмента кључних купаца у условима вишеканалне трговине; Интернет као платформа менаџмента односа са купцима; Софтверски алати за менаџмент односа са купцима; Систематизација алата за менаџмент односа са купцима;Анализа успешних примера из праксе менаџмента односа са купцима.				
Литература: (1) Ловрета С., Берман Б., Петковић Г., Вељковић С., Црнковић Ј. и Богетић З., Менаџмент односа са купцима, ЦИД Економски Факултет и Дата Статус, Београд, 2010; (2) John Egan, Relationship marketing, Pearson Education Limited 2011.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
4	2	0	0	0
Методе извођења наставе: Предавања – ех катедра и симулације у ЕРЦу;Учење путем пројектних задатака; Интерактивна анализа пословних случајева и др.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		Поена	Завршни испит	поена
активност на часу		40	усмени испт	60

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Менаџмент ризика предузећа			
Наставник (Име, средње слово, презиме)			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 7 ЕСПБ			
Услов: -			
Образовни циљ предмета Циљ предмета је да приближи студентима област управљања ризицима и оспособи их за адекватно идентификовање, мерење и третирање кључних пословних ризика. Конкретно, циљ предмета је да студент разуме појам ризика, значај ризика у доношењу пословних одлука предузећа, врсте ризика којима је предузеће изложено, методе управљања различитим врстама ризика, основне фазе и карактеристике процеса управљања ризицима у предузећу, као и различите приступе и моделе који су развијени у теорији и пракси управљања ризицима.			
Исходи предмета (стечена знања) Након курса студент ће стећи потпуно разумевање интегралног процеса управљања пословним ризицима, терминологије која се користи у области управљања ризицима (врсте ризика, капацитет за прихватање ризика, апетит за ризик, изложеност итд.), регулаторног оквира за управљање финансијским и другим ризицима и др. Поред тога, студент ће поседовати знање (са практичним вештинама) како идентификовати пословне ризике, како измерити пословне ризике, које су стратегије превентивног и реактивног третирања пословних ризика од стране менаџмента предузећа итд.			
Садржај предмета Ризик: дефиниције и категорије, процес управљања ризицима, еволуција управљања ризицима (ISO 31000; COSO, ERM, VBERM), регулаторни оквир (базелски документи, документи о солвентности, кодекси корпоративног управљања), технике идентификовања ризика, финансијски ризици, оперативни ризици, стратешки ризици, процена (мерење) ризика и њихових међузависности – мерила и технике, статистичка мерила ризика, стохастичка анализа сценарија, детерминистичка анализа сценарија, холистичко управљање ризицима предузећа, на ризицима засновано управљање вредношћу предузећа; Модел VBERM: концепт и студије случајева.			
Литература 1. Ђурићин, Д., Вуксановић-Херцег, И., 2018, Менаџмент ризика предузећа (монографија у припреми) 2. Вуксановић, И., 2015, Утицај управљања ризицима на вредност предузећа у електро-енергетском сектору, докторска дисертација одбрањена на Економском факултету Универзитета у Београду – за потребе вежби на предмету			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	
4	2	0	0
Методе извођења наставе: Предавања – ех катедра и симулације у ЕРЦу; Интерактивна анализа пословних случајева			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност на часу	10	усмени испт	60
практична настава	20		
колоквијум-и	10		
есеји-и			

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми : (E00) Економија, пословно управљање и статистика				
Врста и ниво студија: Основне академске студије				
Назив предмета: Интернет маркетинг				
Наставник (Име, средње слово, презиме):				
Статус предмета: изборни				
Број ЕСПБ: 5				
Услов: -				
Образовни циљ предмета Преглед најновијих маркетинг стратегија и могућности у променљивом савременом технолошком окружењу. Од формулисања стратегије до тактичке имплементације, студент ће научити да креира и управља дигиталним пословним активностима да би се остварили различити маркетиншки циљеви.				
Исходи предмета (стечена знања) Разумети онлајн окружења и важност дигиталног маркетинга за модерно пословање; разумети када, зашто и како се користе различите стратегије и тактике дигиталног маркетинга; разумети циљни маркетинг и управљање понашањем потрошача у дигиталном окружењу; научити развој и евалуацију плана; научити како, када и који комуникациони алати се користе; истражити и стећи увид у различите платформе и њихове међузависности и развој; научити мерне показатеље дигиталних кампања и бизниса				
Садржај предмета Увод у дигитални маркетинг (виртуелно окружење, маркетинг стратегија, импликације дигиталних промена); Онлајн маркетинг (ре)микс (4П+популација+процес+природно (реално) окружење+партнерство); Дигитални модели: бизнис, приходи и менаџмент корисника; Управљање дигиталним маркетингом (СВОТ анализа, менаџмент добављача, буџетирање, организација, безбедност онлајн бизниса); Понашање потрошача онлајн; Дигитално искуство и брендирање; Онлајн комуникациона кампања и алати (веб 1.0 и веб 2.0, друштвени медији, кључне речи и оптимизација, итд.); Мобилне комуникације; План дигиталног маркетинга; Аналитика; Дигитална трансформација				
Литература Кombинација delova materijala: Sunil Gupta, Joseph Davin, (2015), Digital Marketing (Core Curriculum: Marketing), Harvard Business School Publishing; Stokes, Rob (2017/2018), eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world, Independent, 6th ed. (www.redandyellow.co.za/textbook/); materijali iz baza: Harvard Business Publishing for Educators (https://cb.hbsp.harvard.edu), MarketingProfs, American Marketing Association – Academic Resource Center, časopisi: Ekonomika preduzeća, Marketing, Forbes, itd.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Предавања, анализе пословних случајева, симулације, теренска настава, групни пројекти, презентације, писани радови (састављање плана, анализа резултата кампање, итд.)				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит		поена
активност на часу	10	писмени испит		60
групни пројекат и презентација	15			
писмени задаци	15			

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Економија, пословноуправљање и статистика				
Врста и ниво студија: Основне академске студије				
Назив предмета: Заштита конкуренције				
Наставник (Име, средње слово, презиме)				
Статус предмета: изборни				
Број ЕСПБ: 5 ЕСПБ				
Услов: нема				
Образовни циљ предмета Циљ предмета је упознавање студената са теоријским, емпиријским, правним и практичним аспектима проблематике заштите конкуренције – као дела Индустијске организације. Студенти ће се упознати са: системом заштите конкуренције у Србији, Европској унији (ЕУ) и Сједињеним Државама, забрањеним пословним праксама и могућим последицама за учеснике на тржишту, те емпиријским моделима и другим инструментима које користе стручна тела надлежна за заштиту конкуренције (комисије) приликом утврђивања повреда конкуренције.				
Исходи предмета (стечена знања) Након савладаног курса студенти ће моћи да: разумеју основну терминологију заштите конкуренције, знају које праксе компанија су забрањене и због чега су забрањене, дефинишу релевантно тржиште и утврде ефекте повреда конкуренције на њему, измере ниво концентрације релевантног тржишта, идентификују забрањене хоризонталне (картелске) и вертикалне рестриктивне споразуме као и злоупотребу доминантног положаја на тржишту, тумаче битне законске и подзаконске прописе из области заштите конкуренције укључујући и донета решења и смернице комисија за заштиту конкуренције.				
Садржај предмета Српски прописи и институције у вези са заштитом конкуренције; Директиве ЕУ о заштити конкуренције; Тржишна моћ и њена злоупотреба; Дефиниција релевантног тржишта (релевантно тржиште производа и релевантно географско тржиште); Мерење концентрације релевантног тржишта; Злоупотреба доминантног положаја (наметање прекомерних цена, предаторско формирање цена, ценовна дискриминација, препреке за улазак на тржиште и везана трговина); Вертикална спајања: Детерминанте и ефекти; Контрола хоризонталних спајања (контрола концентрација); Симулације хоризонталних спајања; Хоризонтални рестриктивни споразуми (картели) и идентификовање картела емпиријским путем; Вертикални рестриктивни споразуми; Ex ante и ex post промене благостања на релевантном тржишту; Конкуренција на двостраним тржиштима; Неценовна конкуренција (рекламирање и истраживање и развој); Контрола државне помоћи.				
Литература Motta, Massimo (2004), Competition Policy: Theory and Practice, Cambridge University Press, New York; Pepall, Lynne, Dan Richards & George Norman, (2014): Industrial Organization: Contemporary Theory and Empirical Applications, 5th Edition, John Wiley & Sons; Bishop, Simon & Mike Walker (2010): The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement, 3rd Revised edition, Sweet & Maxwell.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 30	Вежбе: 30	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе: Предавања, задаци, примери из праксе, учешће представника Комисије за заштиту конкуренције и стручњака из праксе у овој области.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе		поена	Завршни испит	поена
колоквијум-и		40	писмени испит	60

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: (E00) Економија, пословно управљање и статистика			
Врста и ниво студија:Основне академкестудије			
Називпредмета: Менаџмент вредности за потрошаче			
Наставник			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: -			
Образовни циљ предмета - Упознавање студената са основним принципима менаџмента вредности за потрошаче, аналитичким техникама мерења успешности управљања потрошачима и утицају различитих стратегија на пословни резултат предузећа, принципима анализе атрактивности одређених сегмената потрошача и њихове профитабилности за предузеће.			
Исходи предмета (стечена знања) - Развијање компетенција: за управљањем потрошачима у предузећу, процене значаја различитих сегмената потрошача за предузеће, анализе доприноса различитих стратегија усмерених на потрошаче на пословни резултат предузећа на кратак и дуги рок. Развијање вештина примене различитих стратегија усмерених на потрошаче (привлачења потрошача, лојаност, ретенција, унапређења сатисфакције и др.) које могу да допринесу унапређењу пословних перформанси предузећа.			
Садржај предмета - Потрошачи и пословни резултат предузећа, Креирање вредности за потрошаче, Сатисфакција потрошача, Лојалност потрошача и утицај на пословни резултат, Индикатори тржишне позиције предузећа, Мерење сатисфакције и ретенције потрошача, Анализа маркетиншке профитабилности предузећа, Процена животног века потрошача (ЦЈВ), Потрошачи као капитал предузећа, РФМ анализа профитабилности сегмената потрошача, Менаџмент портфолија потрошача, Привлачење нових потрошача и процена утицаја на пословни резултат, Менаџмент пирамиде потрошача, Стратегије унапређења лојалности потрошача, Стратегије унапређења лојалности потрошача, Стратегије повећања ретенције потрошача, Унапрђење продаје и утицај на профитабилност потрошача, Менаџмент кључних купаца на В2В тржишту.			
Литература: А. Ђорђевић, В Маринковић, Менаџмент потрошача – вредносни приступ, Економски факултет у Београду, 2018. (монографија у припреми).			
Број часова активне наставе 30 + 30			Остали часови
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	поена
Активност на часу	10	Усмени испт	60
Практична настава	10		
колоквијум-и	10		
есеји-и	10		