

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Назив предмета: Изабране теме из пословног управљања		
Наставник или наставници: Марко Царић, Мирјана Радовић Марковић, Слађана Чабрило, Бранислав Дудић, Маја Ћирић, Јелена Вапа Танкосић, Мирослав Чавлин		
Статус предмета: Обавезан		
Број ЕСПБ: 10		
Услов: Упис		
Циљ предмета Циљ предмета јесте продубљивање знања стечених на претходним нивоима студија и упознавање студената са кључним и актуелним темама из различитих области пословног управљања, конкретно менаџмента, маркетинга, пословних финансија, планирања и пословне анализе. Осим тога циљ предмета јесте подстицање критичког размишљања о томе како се појавом нових услова у пословном окружењу мењају организација и начини пословања. Затим, циљ је објаснити улоге појединих области пословног управљања у успешном пословању предузећа и указати на различите могућности примене научних истраживања у области пословног управљања.		
Исход предмета Након успешно савладаног предмета студенти ће бити оспособљени да класификују теорије пословног управљања, као и одговарајуће савремене концепте и моделе. Студенти ће бити оспособљени да разумеју теоријска и практична знања из области стратегијског менаџмента која ће им омогућити успешно суочавање са проблемом динамичког усклађивања потенцијала предузећа са мењајућим захтевима окружења. Такође, студенти ће бити у могућности да изврше истраживање тржишта и потрошача, те да у складу са добијеним резултатима креирају одговарајућу маркетинг стратегију и маркетинг план. Осим тога, биће оспособљени и за разликовање различитих пословних извештаја и инструмената пословног информисања у холсистичком контексту. Такође, биће у могућности да преиспитају узроке и последице савремених промена у пословним финансијама и развиће потребне вештине за процену дијагнозе стања и перспектива развоја предузећа кроз различите приступе и поступке.		
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Пословна агилност и пословна резилјентност; Дигитална трансформација; Трансформацијско вођство и вођство служењем; Аутентично вођство; Вођство у оквиру учеће организације и процеса управљања знањем; Стратегија као пракса; Бихевиорална стратегија; Стратегија и когниција; Маркетинг истраживања у функцији креирања маркетинг плана; <i>Big Data</i> у маркетинг истраживањима; Дигитални маркетинг; Концепт одређења модерне пословне анализе и теоријско-методолошке поставке за дијагнозу стања и перспективе развоја предузећа; Поставке и средства информационо - аналитичке подршке за мериторно пословно одлучивање - холистички контекст; Положај предузећа у условима глобализације и међународно пословно финансирање; Проблематика модерног управљања финансијама пословних система и савремено финансијско тржиште. <i>Практична настава</i> На часовима предвиђеним за самостални истраживачки рад студенти ће анализирати студије случаја пословних организација из развијене тржишне привреде. Поред других облика интерактивне наставе, истраживаће се литературе из наведене материје, израда пројектног рада.		
Препоручена литература Dess, G., McNamara, G., Eisner, A., Lee, S. H. (2021). <i>Strategic Management: Creating Competitive Advantages</i> . New York, NY: McGraw Hill. Ђурићин, Д., Калићанин, Ђ., Лонџар, Д., Вуксановић, Херцег, И. (2018). <i>Менаџмент и стратегија</i> . Београд: Економски факултет у Београду. Esteban Bravo, M., Vidal-Sanz, J. (2021). <i>Marketing Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches</i> . Cambridge: Cambridge University Press. Kotler, F., Keler, K. (2017). <i>Marketing menadžment</i> . Београд: Економски факултет у Београду. Figueroa, C. (2020). <i>Digitalni marketing</i> , Компјутер библиотека, Београд. Малешеввић, Ђ., Чавлин, М. (2020). <i>Пословна анализа</i> . Нови Сад: ФИМЕК. Микеревић, Д. (2015). <i>Корпоративне финансије</i> . Бања Лука: Економски факултет Универзитета у Бањој Луци и Финрар. Cecchetti, S., Schoenholtz, K. (2020). <i>Money, Banking, and Financial Markets</i> . 6th ed. Boston: McGraw-Hill. Eiteman, D., Stonehill, A., Moffett, M. (2021). <i>Multinational Business Finance</i> . Harlow: P.Education Limited.		
Препоручени чланци: Lekić, N., Carić, M., Soleša, D., Vapa Tankosić, J., Mijajlović, J., Bogetić, S. Vučićević, M. (2022). Employees' Perceptions on the Relationship of Intellectual Capital and Business Performance of ICT Companies. <i>Sustainability</i> , 14(1), 275. Čabrilo, S., & Dahms, S. (2018). How strategic knowledge management drives intellectual capital to superior innovation and market performance. <i>Journal of Knowledge Management</i> , 22(3), 621-648. Dudić, Z., Dudić B., Gregus M., Novackova D., Djaković I. (2020). The Innovativeness and Usage of the Balanced Scorecard Model in SMEs. <i>Sustainability</i> , 12(8), 1-22. Ćirić, M., Ignjatijević, S., Cvijanović D. (2015). Research of honey consumers behavior in province of Vojvodina. <i>Economics of Agriculture</i> , 62 (3); 627 – 644. Čavlin, M., Vapa-Tankosić, J., Miletić, V., Ivaniš, F. (2021). Analysis of the impact of liquidity on the profitability in the medium and large meat processing enterprises in the Republic of Serbia. <i>Economics of Agriculture</i> , 68 (3), 789 – 804.		
Број часова активне наставе:	Теоријска настава: 4 x 15 = 60	Практична настава: 3 x 15 = 45
Методе извођења наставе: Предавања, семинари и самостални задаци, консултације и менторски рад.		
Оцена знања (максимални број поена 100)		
Активност у току предавања 10 поена, Семинарски рад 50 поена, Завршни испит 40 поена		