

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: Основне струковне студије			
Назив предмета: Енглески језик			
Наставник (Име, средње слово, презиме): Весна П. Гајишин			
Статус предмета: Обавезан			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета:			
Савладати основну граматику енглеског језика неопходну за развијање језичке компетенције. Савладати основну комуникацију и проширити речник са основним свакодневним терминима везаним за организацију. Усвајање основних техника писања из области пословне комуникације и језика струке.			
Исход предмета:			
Студенти ће бити оспособљени за активно служење енглеским језиком (писање, слушање, говор, читање) у свакодневном животу, са основним техникама сналажења у пословним ситуацијама.			
Садржај предмета:			
<i>Теоријска настава:</i>			
Граматику енглеског језика (синтакса, семантика).			
Развијање вокабулара: Препознавање особина и усвајање елемената говорног енглеског језика струке, особине и усвајање елемената писаног језика, анализа потреба у вези са употребом енглеског језика као језика струке у будућем занимању, развијање когнитивних способности учења језика, утврђивање стилова учења и развијање стратегије учења нових речи и контрастирања са српским језиком.			
Читање и анализа текстова на следеће теме: интернационални енглески, остваривање контаката, путовања, резервације, храна, пиће, презентација, изглед пословног писма.			
<i>Практична настава:</i> Вежбе, подела улога, процена знања путем тестова, усмена провера знања			
Литература:			
1. Soars, L. and Soars, J. (2011). New Headway English Course. Elementary Student's Book. (4 th ed.).Oxford, Oxford University Press			
2. Soars, L. and Soars, J. (2011). New Headway English Course. Elementary Workbook. Oxford: Oxford University Press			
3. McCarthy, M. and O'Dell, F. (2010). English Vocabulary in Use: Elementary. (2. izdanje). Cambridge: Cambridge University Press			
4. Murphy, R. (2007). Essential Grammar in Use. (3. izdanje). Cambridge: Cambridge University Press			
5. Philips, J. (ed.) (2006). Oxford English-Serbian Student's Dictionary. Oxford: Oxford University Press			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања:	Вежбе:	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:
3	2		
Методе извођења наставе:			
Теоријска настава уз практичне вежбе, читање и анализа текстова, метода разговора и подела улога, процена знања путем кратких тестова, употреба аудиовизуелних средстава и онлајн платформи			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	40
практична настава		усмени испит	
колоквијум-и	50	
семинар-и			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга				
Врста и ниво студија: основне струковне студије				
Назив предмета: Пословна етика				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Видаковић С. Мира, Велимировић В. Мирослав				
Статус предмета: изборни				
Број ЕСПБ: 6				
Услов:				
Циљ предмета Циљ предмета Пословна етика је развој етичне личности и морално одговорних будућих менаџера кроз подизање нивоа свести о својим и туђим поступцима и њиховим последицама.				
Исход предмета Пословна етика спада у предмете опште културе. Током предмета студенти имају прилике да овладају основним етичким појмовима и принципима да упознају и увежбају природу етичке аргументације и да овладају способностима разрјешавања моралних дилема и конфликта.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> • Чему служи пословна етика? • Етика, филозофска етика, професионална етика • Однос права и морала • Професионална етика – етички кодекс професионалаца • Пословна етика и друштвена одговорност • Природа етичке аргументације • Пословни морал, култура, клима организације • Поверење у пословним односима • Компјутери, бизнис и морал • Систем вредности институција и компанија • Етички оквири образовања и културе • Јавност рада менаџмента институције • Приватност: употреба информација, заштита података о личности, стални надзор, видео надзор • Облици заштите својинских права: ауторска права, пословна тајна, патентна права • Интернет и слобода изражавања: преступи путем Интернета, нежељена електронска пошта • Корупција и друге злоупотребе службеног положаја у образовању и култури • Пословна етика и очување животне средине <p><i>Практична настава:</i> Разрада тема са предавања, разматрање и анализа пословних кодекса и студија случаја из наше и сватске пословне праксе. Истраживања етичких проблема у штампаним и електронским медијима. Евалуација добијених резултата кроз дискусију и израду практикума.</p>				
Литература Видаковић, Мира (2009), <i>Пословна етика</i> , Нови Сад: ЦЕКОМ Боокс Видаковић, Мира (2010), <i>Практикум за вежбе из предмета Пословна Етика</i> , Нови Сад: ЦЕКОМ Боокс Џонсон, Дебра (2006), <i>Компјутерска етика</i> , Београд: Службени гласник Томпсон, Денис (2017), <i>Политичка етика и јавна служба</i> , Београд: Службени гласник				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Онлајн настава (предавања, вежбе, консултације, дискусије, провере знања), учешће на форуму предмета, консултација и израда практикума, проучавање студија случаја. Полагање завршног испита одржава се у седишту Установе.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит		Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит		20
практична настава	10	усмени испит		20
колоквијум-и	20		
практикум	20			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга				
Врста и ниво студија: Основне струковне студије				
Назив предмета: Финансијско пословање				
Наставник (Име, средње слово, презиме): Војислава, Ђ. Грбић				
Статус предмета: Обавезан				
Број ЕСПБ: 6				
Услов: нема				
Циљ предмета:				
Циљ предмета је стицање основних знања у домену финансија, односно овладати знањем како управљати финансијским средствима. Даље, формирање знања о основама монетарних, банкарских, девизно-валутних, јавних и међународних финансија и финансијским тржиштима, савременим финансијским производима, и пословању банака са привредом и становништвом, управљању финансијским механизмима и финансијској инфраструктури, и међусобној повезаности финансијске сфере и пословања у туризму и хотелијерству.				
Исход предмета:				
Студент је оспособљен за финансијско анализирање и планирање, доношење инвестиционих одлука, доношење финансијских одлука. Разумеће и усвојити општа теоријска знања из финансијског менаџмента, бити информисан о бројним стручним питањима важним за управљање финансијским портфолијом предузећа и стећи савремена практична знања и вештине из управљања финансијама. Студент познаје основу међусобно повезаних менаџерских задатака и операција у сфери финансирања организације, и оспособљен је за анализе тока средстава кроз организацију и коришћење финансијских средстава.				
Садржај предмета:				
<i>Теоријска настава:</i> Увод у финансијски менаџмент; Савремена финансијска тржишта; Механизми понуде капитала и тржишна ограничења модела берзанског финансирања; Финансијска математика као алат инвестиционе спремности; Појам, улога и значај инвестиционих фондова као учесника на финансијском тржишту; Повећавање капацитета фондова предузетничког и развојног капитала у функцији економског развоја; Правни и финансијски аспекти спајања и припајања малих предузећа; Увод у транзициону политику девизног курса; Појава и значај директних иностраних инвестиција; Девизно валутно пословање у туристичкој привреди; Капиталне трансакције туристичке привреде са иностранством; Међународне финансијске организације и утицај њихових кредита на развој туризма у Србији; Финансијска тржишта и берзанско пословање и место туристичке привреде; Савремени финансијски производи и њихова примена у туристичкој привреди; Пословање банака са привредом и кредитирање малог бизниса у туризму; Финансијски систем и пословање банака; Пословање банака са становништвом и одобравање кредита за туристичка путовања; Порески систем и туристичка привреда. <i>Практична настава:</i> Вежбе, Семинарски радови са дискусијом везаном за обрађену тему				
Литература:				
1. Нићин Н., Нићин С., (2017), <i>Пословне финансије</i> , ЕУБД, Брчко, Брчко дистрикт				
2. Јеринић, Д. и Штефанидес В. <i>Финансијски менаџмент</i> , Секот books, Нови Сад, 2010				
3. Јеринић, Д. <i>Финансијско пословање</i> , Секот books, Нови Сад, 2008.				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе:				
Излагање, разговор, писање, цртање и илустровање, практична настава и демонстрација: излагање наставника, проучавање студија случаја, израда семинарског рада, консултације (усмене и писмене), итд.. Настава и вежбе се одржавају и по принципу и групне и фронталне наставе.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит		30 поена
активност у току предавања	10	писмени испит		
практична настава	20	усмени испит		30
колоквијум-и	20		
семинар-и	20			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...				
Максимална дужна 1 страница А4 формата				

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга				
Врста и ниво студија: основне струковне студије				
Назив предмета: Информатика				
Наставник (Презиме, средње слово, име): Шимовић И. Владимир				
Статус предмета: Обавезни				
Број ЕСПБ: 8				
Услов:				
Циљ предмета: Оспособити студенте за рачунарску писменост која се огледа у поседовању вештина које појединцу омогућују да користи рачунарске ресурсе или неки други облик савремених продуката информационо - комуникационих технологија, а што се највише односи на познавање оперативног система, текст процесора, табеларног калкулатора, програма за израду електронских презентација, алата за рад на интернету и др.				
Исход предмета: Савладавањем студијског програма студент стиче способности <ul style="list-style-type: none"> - познавања и разумевања основних знања везаних за примену савремене информационе технологије - употребе информационо-комуникационих технологија за самостални рад - праћења и примене новина, самосталног претраживања и прибављања информација - решавања конкретних проблема коришћењем информационих технологија 				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> - Примена информатике (информација као стратегијски ресурс, информациона технологија) - Историјат и развој информатике - Архитектуре рачунарског система - Елементи структуре и организације података - Системски и апликативни софтвер - Рачунарске мреже - Интернет технологија - Информациони системи - Решавање проблема применом рачунара <i>Практична настава</i> Практично, на рачунару: Windows XP, Word, Excel, Power point, Интернет.				
Литература <p>Рањеловић Д., Чисар П., Поповић Б. (2014), <i>Основи информатике: практикум</i>, Криминалистичко-полицијска академија, Београд, ISBN 978-86-7020-288-7</p> <p>Сотиновић, В. (2006), <i>Информатика</i>, ЦЕККОМ, Нови Сад</p>				
Број часова активне наставе				Остали часови 1
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, консултације, дискусије, провере знања), учешће на форуму предмета, консултација и израда семинарског рада, проучавање студија случаја. Полагање завршног испита одржава се у седишту Установе.				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит		Поена 40
активност у току предавања	15	писмени испит		20
практична настава	15	усмени испит		20
колоквијум-и	30		
семинар-и				
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд...				
Максимална дужна 1 страница А4 формата				

Студијски програм:	Менаџмент трговине и маркетинга		
Назив предмета:	Истраживања у маркетингу и конкурентност		
Наставник:	Саша Ралетић Јотановић		
Статус предмета:	Обавезни		
Број ЕСПБ:	8		
Услов:	Положен испит из Основе маркетинга		
Циљ предмета			
СТИЦАЊЕ ЗНАЊА И ВЕШТИНА У ДОМЕНУ МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊА СА ЦИЉЕМ ДА СЕ РЕЗУЛТАТИ ДОБИЈЕНИ МАРКЕТИНГ ИСТРАЖИВАЊЕМ УПОТРЕБЕ ПРИ ДОНОШЕЊУ ОДЛУКА.			
Исход предмета			
Савладавањем предмета студент стиче способности:			
<ul style="list-style-type: none"> - темељног разумевања концепта маркетинг истраживања и конкурентности - разумевања значаја маркетинг истраживања и конкурентности - овладавања терминологијом маркетинга истраживања и конкурентности - овладавања инструментима маркетинг истраживања - практична примена појединих метода и инструмената маркетинг истраживања - решавања одређених маркетиншких проблема кроз донешене резултате добијене маркетинг истраживањем. 			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
<ul style="list-style-type: none"> - Значај истраживања у маркетингу - Дефинисање хипотеза - Методе узорковања - Инструменти истраживања - Ток истраживања - Статистичке методе обраде података - Презентовање резултата - Дискусија резултата - Недостаци при спровођењу истраживања - Предлози за будућа истраживања 			
<i>Практична настава</i>			
Спровести конкретно маркетинг истраживање на неку тему.			
Литература			
Акер, Д., Деј, Д. (2008). <i>Marketinško Istraživanje</i> . Ekonomski fakultet, Beograd.			
Драгослав Николић, (2007) <i>Менаџмент маркетинга</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад			
Објављени научни и стручни радови који имају емпиријска истраживања.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	Практична настава:	
	4	4	
Методe извођења наставе			
Изалагање, разговор, писање, цртање и илустровање, практична настава и демонстрација: излагање наставника, проучавање студија случаја, израда семинарског рада, консултације (усмене и писмене), итд..			
Настава и вежбе се одржавају и по принципу и групне и фронталне наставе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит	30 поена
Присуство и активност на предавањима	5	писмени испит	15
Присуство и активности у току вежби	25	усмени испт	15
колоквијум-и		
семинар-и или самостална израда студије случаја или вођење радионице	40		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми :	Менаџмент трговине и маркетинга		
Врста и ниво студија:	Основне струковне студије		
Назив предмета:	Комуницирање		
Наставник (Име, средње слово, презиме):	Иконић Т. Ивана		
Статус предмета:	Обавезан		
Број ЕСПБ:	10		
Услов:	нема		
Циљ предмета:			
Циљ предмета је да студенти стекну елементарна знања: о процесу и основним елементима система комуницирања, усвоје теоријска и практична знања о условима који одређују успешну комуникацију, о могућим изазовима и баријерама у комуникацији, решавању конфликта и комуникацији у кризним ситуацијама. Студенти усвајају комуникацијске вештине које условљавају, омогућавају и одржавају квалитетне пословне односе, јер су суштински предуслов за успешно руковођење и управљање. Студенти се оспособљавају за интерперсонално, групно и масовно комуницирање.			
Исход предмета:			
Савладавањем студијског програма студент стиче способности :			
<ul style="list-style-type: none"> - критичког мишљења, самосталног просуђивања и решавања конкретних проблема у комуникацији - постављања циљева у комуникацији и вредновања резултата комуницирања - комуницирања у различитим облицима пословне комуникације - развијању вештине преговарања, решавања конфликта и комуникацији у кризним ситуацијама - разумевања значаја тимског рада и комуникације у тој врсти активности 			
Садржај предмета:			
<i>Теоријска настава:</i> Увод у комуникологију, Комуницирање – појмовно одређење и друштвени аспекти комуницирања, Процес и елементи система комуницирања, Типови комуницирања, Вербална комуникација, Невербална комуникација, Културолошке разлике у невербалној комуникацији и бонтон, Пословни разговор, Усмено и писано пословно комуницирање, Комуницирање у пословном организацији, Неформална комуникација, Конфликти у комуницирању и њихово решавање, Комуникација у кризним ситуацијама, Масовно – медијски посредовано комуницирање, Модел комуникације са аспекта маркетинга, односа са јавношћу.			
<i>Практична настава:</i> Радионице, игра улога, тимске дискусије, студије случаја			
Литература:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Суша Будислав, (2009) Основи комуницирања, Секом books, Нови Сад 2. Суша Будислав, Грујић Бранислава, Боршош Андреа, (2010) Комуницирање - практикум за вежбе, Секом books, Нови Сад 3. Bovée Courtland L, Thill John V, (2013) Suvremena poslovna komunikacija, Mate, Zagreb 4. Дикић Нада, (2016) Пословна комуникација, Висока хотелијерска школа струковних студија, Београд 5. Цветковски Татјана, Цветковска-Томановић Виолета, (2017) Пословна комуникација у савременим условима пословања, Универзитет <i>Дон Незбит</i>, Београд 			
Број часова активне наставе	Теоријска настава:	Практична настава:	
	4	4	
Методe извођења наставе:			
Интерактивна настава (предавања, вежбе, консултације, радионице, игра улога, тимске дискусије, студије случаја, провере знања).			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит	30 поена
Присуство и активност на предавањима	5	писмени испит	30
Присуство и активности у току вежби	15	усмени испит	
колоквијум-и	30		
семинар-и или самостална израда студије случаја или вођење радионице	20		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Квантитативне методе			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Шћепановић Б. Иван, Жујовић М. Драган			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 10			
Услов:			
Циљ предмета: Стицање знања и разумевање математичких метода. Студенти се оспособљавају да стечена знања примењују у решавању конкретних проблема и за примену квантитативне анализе у теорији одлучивања и доношењу пословних одлука.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности: <ul style="list-style-type: none"> - логичког размишљања, - решавања конкретних проблема уз употребу научних метода и поступака, - темељно познавање и разумевање математичких појмова као основе за примену квантитативних метода - у решавању конкретних проблема, - повезивања основних знања из различитих области и њихове примене 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> - Елементи математичке логике - Скупови и релације - Полиномне и рационалне функције - Пропорције - Финансијска математика - Матрице и детерминанте - Системи линеарних једначина - Основне особине функција, квадратне функције - Конвергенција и непрекидност функција, граничне вредности - Диференцијални рачун - Неодређени интеграл - Одређени интеграл - Теорија вероватноће - Комбинаторика - Дескриптивна статистика <i>Практична настава</i> Израда задатака, решавање конкретних проблема, студије случаја			
Литература Долићанин Д., Дугошија Ђ. (2014) <i>Фундаменти математике</i> , Завод за уџбенике, Београд, ISBN 978-86-17-18737-6 Филиповић, Лука; Папић-Благојевић, Наташа (2013) <i>Квантитативне методе</i> , Алфа-граф НС, Нови Сад Малиша Жижовић, Оливера Николић, Ивана Ковачевић (2017) <i>Квантитативне методе : са збирком задатака</i> , Београд : Универзитет Сингидунум, (Лозница : Мобид)			
Број часова активне наставе			Остали часови 1
Предавања: 3	Вежбе: 4	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Предавања, вежбе, консултације, дискусије, провере знања, учешће на форуму предмета, консултација и израда семинарског рада, проучавање студија случаја. Полагање завршног испита одржава се у седишту Установе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 70	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	15	писмени испит	15
практична настава	15	усмени испт	15
колоквијум-и	40	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми :		Менаџмент трговине и маркетинга	
Врста и ниво студија:		Основне струковне студије	
Назив предмета:		Масовни медији	
Наставник(Име, средње слово, презиме):		Весна М. Шћепановић	
Статус предмета:		Обавезан	
Број ЕСПБ:		10	
Услов:		нема	
<p>Циљ предмета: стицање знања о врстама медија, њиховим карактеристикама, социолошким и културолошким аспектима медија у савременом окружењу, теоријама медија и оспособљавање за креирање медијских порука, етичку и естетичку критичку анализу медија и медијских садржаја.</p>			
<p>Исход предмета: Савладавањем студијског програма студент стиче следеће способности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. проучавање литературе и примена стечених знања 2. дефинисање медија и масовног комуницирања 3. разумевање медија и овладавања медијским законитостима 4. проучавање медија из угла естетике и етике 5. креирање и интерпретирање медијских порука 			
<p>Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> Масовни медији и масовно комуницирање (одређење појмова и дефинисање), Класификација медија, Теоријски приступи медијима, Теорије о масовном комуницирању, Штампани медији, карактеристике и врсте, Филм као масовни медиј, Естетика медија, Естетика филма, Радио као медиј масовних комуникација, Телевизија као масовни медиј, Естетика радија и телевизије, Интернет као медиј масовних комуникација, Манипулација путем масовних медија, Етика и медији, Медијска писменост, Медији у функцији образовања <i>Практична настава:</i> радионице, студије случаја, одбрана семинарских радова, писање есеја на задате теме</p>			
<p>Литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Радојковић, Мирољуб, Милетић, Мирко, <i>Комуницирање, медији и друштво</i>, Нови Сад, Стилос, 2006. 2. Лоример, Роленд, <i>Масовне комуникације</i>, Београд, Клио, 1998. 3. Бригс, Адам., Кобли, Пол, <i>Увод у студије медија</i>, Београд, Клио, 2005. 4. Манович, Лев, <i>Језик нових медија</i>, Београд, Клио, 2015. 5. Тјуроу, Роџерс, <i>Медији данас II</i>, Београд, Клио, 2013. 6. Прајс, Стјуарт, <i>Изучавање медија</i>, Београд, Клио, 2011. 7. Фоа, Марчело, <i>Господари медија</i>, Београд, Клио, 2017. 			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 4	Практична настава: 4
<p>Методe извођења наставе: Предавања уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Јавна одбрана семинарских радова, студије случаја, радионице, дискусија.</p>			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит	30 поена
Присуство и активност на предавањима	5	писмени испит	
Присуство и активности у току вежби	10	усмени испит	30
колоквијум-и	30		
семинар-и или самостална израда студије случаја или вођење радионице	25		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Међународно пословање			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Симин В. Марина			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета: . Стицање основа за разумевање међународног пословног окружења и савременог менаџмента предузећа у условима глобализације. Студенти такође стичу знања о техникама којима је потребно да располаже менаџер у међународном пословању.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче следеће способности: - разумевања и прилагођавања променама које настају глобализацијом светске привреде - овладавање елементима извоза, увоза и сложених спољнотрговинских послова - преговарања у међународном пословању и прилагођавања изменама пословања у складу са развојем процеса приступања ЕУ и СТО			
Садржај предмета 1. Теорије међународне трговине 2. Институције међународног финансијског и трговинског система 3. Међународне интеграције - Европска Унија 4. Царински систем и нецаринске баријере у међународном промету 5. Међународна тржишта и међународне пословне трансакције 6. Банкарске гаранције и инструменти плаћања у међународном промету 7. Послови извоза и увоза 8. Специфични спољнотрговински послови 9. Везана трговина 10. Кооперативни аранжмани 11. Услуге шпедиције и транспорта у међународном пословању 12. INCOTERMS 13. Пословна документација у међународном пословању 14. Инструменти плаћања у међународном платном промету 15. Купопродајни уговори и токови послова увоза и извоза робе Теоријска настава Практична настава Студије случаја			
Литература Пешић А. (2012) Међународно пословање, СЕКОМ, Сремски Карловци Козомора Ј., (2003) <i>Спољнотрговинско пословање</i> , АРС ЛИБРИ, Београд. Yarbough B. V., Yarbough R. M., (2002) <i>The World Economy: Trade and Finance</i> , South-Western College Johnson D., Colin Turner (2003) <i>International Business</i> , Routledge, Oxon			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 4	Други облици наставе:	
Методе извођења наставе Предавања уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Јавна одбрана семинарских радова, студије случаја, радионице, дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 70	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	10	усмени испит	
колоквијум-и	30	
семинар-и	20		

Студијски програм/студијски програми :Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Менаџмент у трговини			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Симин В. Марина			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета: Циљ предмета је да студенти стекну потребна знања и вештина која ће им помоћи на почетку каријере у трговини, набавци или продаји, као и онима који желе да направе промену каријере и уплове у комерцијалне воде.			
Исход предмета: Студенти који овладају стратегијама, моделима и вештинама менаџмента у трговини имају могућност да: <ul style="list-style-type: none"> - преузму одговорне послове у предузећу као што су менаџери набавке, продаје, маркетинга, финансија и др, - прате повраћај уложених средстава, профит, маржу, промет и остале финансијске показатеље који могу да се мере и пореде, а све у циљу лакшег поређења са конкуренцијом, помоћу континуалне бенчмарк анализе, - знање о трендовима у понашању потрошача, лакше преточе у производе или услуге које ће за потрошаче имати већу додатну вредност и већу корист. 			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
1. Настанак и развој менаџмента у трговини			
2. Теорије и концепти менаџмента у трговини			
3. Карактеристике менаџмента у трговини			
4. Стратегије менаџмента у савременој трговини			
5. Принципи менаџмента у трговини			
6. Модели менаџмента у трговини			
7. Маркетинг менаџмент у трговини			
8. Менаџмент набавке			
9. Начини продаје и специјализована тржишта			
10. Менаџмент продаје			
11. Понашање потрошача			
12. Менаџмент људских ресурса			
13. Supply chain менаџмент			
14. Вештине неопходне за успешну продају			
15. Liderство и менаџмент у трговини			
<i>Практична настава</i>			
Студије случајева, одбрана семинарских радова.			
Литература			
1. Ловрета Стипе (2008), <i>Трговински менаџмент</i> , Економски факултет, Београд			
2. Johnston, Marshall, (2004), <i>Relationship selling and sales management</i> , Prentice Hall			
3. Berman B., Evans J.R. (2004), <i>Retail management: A strategic approach</i> , Prentice Hall			
4. Robert Calvin J., (2001), <i>Sales Management</i> , Mc Graw Hill			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 4	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе			
Предавања су аудиторна уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Рад на вежбама обухвата анализу пређеног градива, семинарске радове и студије случаја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 70	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	20	усмени испит	30
колоквијум-и	20	
семинар-и	20		

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Менаџмент квалитета			
Наставник (Име, средње слово, презиме): Владисављевић М. Радован			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета: . Упознавање студената са системима управљања квалитетом и међународним стандардима. Указивање на значај менаџмента квалитета и упознавање са методама. Разумевање значаја TQM.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности - темељног познавања и разумевања менаџмента квалитета - разумевања значаја имплементације система управљања квалитетом за остваривање конкурентске предности - овладавања методама менаџмента квалитета - критичког односа према конкретним проблемима менаџмента квалитета - примене новина у струци			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> • Дефинисање квалитета • Мерење квалитета • Системи управљања квалитетом и стандарди • Планирање квалитета • Унапређење квалитета • Информациона подршка систему квалитета • TQM • Методе менаџмента квалитета • Квалитет у услугама • Стандарди квалитета као алатка маркетинга <i>Практична настава</i> Студије случаја			
Литература Ушчумлић Д. (2002) <i>Управљање квалитетом материјалних производа</i> , Београд, Економски факултет Evans J.R., Lindsay W.M. (2005) <i>The Management and Control of Quality</i> , Thomson			
Број часова активне наставе			Остали часови 2
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Предавања и вежбе уз активно учешће студената и коришћење презентација. Анализа примера из праксе, чланака из часописа и са Интернета, дискусије, практичан рад студената појединачно и у групи.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	10	писмени испит	15
практична настава	10	усмени испит	15
колоквијум-и	30	
семинар-и	20		

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга				
Врста и ниво студија: основне струковне студије				
Назив предмета: Менаџмент малих и средњих предузећа				
Наставник (Име, средње слово, презиме): Алексић Ј. Срето				
Статус предмета: изборни				
Број ЕСПБ: 9				
Услов: Положен испит из ОСНОВА МЕНАЏМЕНТА				
Циљ предмета Циљ изучавања предмета је стицање општих знања о управљању малим и средњим предузећима у савременом пословању. Студенти стичу и развијају основна знања о значају и улози малих и средњих предузећа у пословном окружењу и управљању малим и средњим предузећима. Студенти се оспособљавају за решавање конкретних проблема специфичних за ова предузећа.				
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности - темељног познавања и разумевања дисциплине менаџмента малих и средњих предузећа - самосталног просуђивања и решавања конкретних проблема - развијања предузетничког духа - генерисања нових идеја - праћења и примене новина разумевања значаја тимског рада и учешћа у тимском раду.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> • Критеријуми за дефинисање МСП • Врсте и карактеристике МСП • МСП и мала привреда • Теоријски оквир изучавања менаџмента МСП • Пословна политика и стратегијски менаџмент МСП • Управљачке и пословне функције МСП • Перформансе, развој и учење у МСП • Будућност малог бизниса <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Студија случаја				
Литература Марковић, Н., Радовановић, Т. (2006) <i>Менаџмент малих и средњих предузећа</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад Heriot K. C., (2006) <i>Cases in Entrepreneurship and Small Business Management</i> , Pearson – Prentice Hall				
Број часова активне наставе				Остали часови 2
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе:	Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Аудиторна предавања уз подршку Power Point презентација. Интеракција – дискусија студије случаја и практични примери за вежбу				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена	
активност у току предавања	5	писмени испит	15	
практична настава	15	усмени испит	15	
колоквијум-и	30		
семинар-и	20			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд.....				
Максимална дужна 1 страница А4 формата Спецификацију треба дати за сваки предмет из студијског програма. Ако постоје заједнички предмети за више студијских програма тада се у Књизи предмета, предмет приказује само један пут. Књига предмета представља јединствен прилог за све студијске програме првог и другог нивоа студија. Сваки предмет мора бити одвојени фајл, да би могао да се хиперлинком повеже са наставним особљем (Књига наставника) и планом студија Табела 5.1, односно 5.1а.				

Студијски програм/студијски програми :	Менаџмент трговине и маркетинга		
Врста и ниво студија:	Основне струковне студије		
Назив предмета:	Односи са јавношћу		
Наставник (Име, средње слово, презиме):	Весна М. Шћепановић		
Статус предмета:	Обавезан		
Број ЕСПБ:	10		
Услов:	нема		
Циљ предмета: овладавање основним појмовима из области односа са јавношћу и усвајање неопходних знања, техника и алата за спровођење стратегија, тактика и решавање задатака у односима са јавношћу; упознавање са значајем односа са јавношћу, оспособљавање за успостављање и одржавање функционалних односа са јавношћу организације.			
Исход предмета: Савладавањем студијског програма студент: <ol style="list-style-type: none"> 1. увиђа значај односа са јавношћу, 2. разликује односе са јавношћу од маркетинга, оглашавања, пропаганде, 3. је оспособљен да планира и организује пословне догађаје, спроводи стратегију, принципе, тактику и задатке односа са јавношћу, 4. је оспособљен да управља односима са интерном и екстерном јавношћу, 5. разуме значај корпоративне друштвене одговорности и етичности у односима са јавношћу. 			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава:</i> Појам и дефинисање односа са јавношћу, Историјат развоја односа са јавношћу, Упоредивање односа са јавношћу, маркетинга, оглашавања и пропаганде, Место и улога односа са јавношћу унутар организације, Имиџ и идентитет организације, Интерни и екстерни односи са јавношћу, Методе односа са јавношћу, Истраживање јавног мњења, Односи са медијима, Односи са јавношћу у кризној ситуацији, Онлајн односи са јавношћу, Лобирање, Култура говорног понашања, Припрема за јавни наступ, Друштвена одговорност организације, Пословна етика и односи са јавношћу <i>Практична настава:</i> Радионице, припрема за јавни наступ, извођење јавног говора, индивидуални рад и презентација, разговори на задате теме (рад у групама), писање наменских текстова, студије случаја (процена резултата ПР-а)			
Литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Блек, Сем, <i>Односи с јавношћу</i>, Београд, Клио, 1997. 2. Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., <i>Учинковити односи с јавношћу</i>, Загреб, Мате, 2010. 3. Дејвис, Антони, <i>Public relations od A do Z</i>, Нови Сад, Адигес, 2005. 4. Рег, Дејвид, <i>Односи с медијима</i>, Београд, Клио, 1996. 5. Миливојевић, Цвијетин, <i>Новинар – ваш пријатељ: приручник за успешне односе са медијима</i>, Београд, издање аутора, 2003. 6. Аврамовић, Сима, <i>Rhetorike techne – вештина беседништва и јавни наступ</i>, Београд, Службени лист, 2008. 			
Број часова активне наставе 8	Теоријска настава: 4	Практична настава: 4	
Методe извођења наставе: Предавања уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Јавна одбрана семинарских радова, студије случаја, радионице, дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит	30 поена
Присуство и активност на предавањима	5	писмени испит	15
Присуство и активности у току вежби	15	усмени испит	15
колоквијум-и	30		
семинар-и или самостална израда студије случаја или вођење радионице	20		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Организације предузећа			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Алексић Ј. Срето			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 10			
Услов: Положен испит из Основа менаџмента			
Циљ предмета: Студент стиче основна знања о основним теоријским приступима и концептима релевантним за управљање организацијом и људима у организацији. Стечена знања ће студенту омогућити брже и боље разумевање повезаних пословно-организационих предмета на вишим годинама студија. Посебан циљ је учинити студенте свесним значаја организације. Делимично се обрађује и начин функционисања организације.			
Исход предмета - Савладавањем студијског програма студент стиче способности <ul style="list-style-type: none"> - критичког мишљења, самосталног просуђивања и решавања конкретних проблема - разумевања значаја организације при остваривању конкурентских предности предузећа - праћења и примена новина у пракси - разумевања значаја тимског рада и учешћа у тимском раду. 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> • Развој организације кроз историју • Теорије организације: класичне, неокласичне, модерне • Организационе структуре • Основе организационог понашања: организационо понашање руководиоца, организациона култура, мотивација у организацијама, моћ у организацијама, групе у организацијама, организациони конфликти, комуникације у организацијама, одлучивање, организационо учење • Управљање људским ресурсима • Организационе промене и развој • Организација, организовање, организованост • Оптимална организованост предузећа • Организација процеса • Организација носилаца процеса • Компоновање организације • Организовање активности организације • Организовање производње / услуге • Организовање продаје • Организовање набавке • Организација услужних функција • Организовање људских чинилаца • Организовање управљачких функција • Пројектовање организације • Стварање организације • Оперативно управљање организацијом • Развој организације • Стратешко управљање организацијом <i>Практична настава</i> Вежбе подразумевају практичан рад кроз студије случајева и јавне одбране семинарских радова.			
Литература Душан Ристић (2007) <i>Организација предузећа</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад Daft, R. (2001) <i>Organization Theory and Design</i> . Thompson, Mason			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 4	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Предавања су аудиторна уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Рад на вежбама обухвата анализу пређеног градива, семинарске радове и студије случаја.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	5	писмени испит	20
практична настава	10	усмени испит	20
колоквијум-и	30	
семинар-и	15		

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Основе менаџмента			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Срето Ј. Алексић			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 10			
Услов: нема			
Циљ предмета: Студент стиче основна знања о томе, да ефикасна интеграција управљања и руковођења у јединствени систем активности менаџмент концепта гради суштину и структуру утицаја на процесе у организацијама. Сечена знања ће студенту омогућити брже и боље разумевање повезаних пословно-организационих предмета на вишим годинама студија.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности - критичког мишљења, самосталног просуђивања и решавања конкретних проблема - разумевања значаја организације и менаџмента при остваривању конкурентских предности предузећа - праћења и примена савремених техника менаџмента у пракси - разумевања значаја тимског рада и учешћа у тимском раду.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> • Увод: људски рад, организација и управљање • Развој организације кроз историју • Теорија менаџмента • Револуција у менаџменту: стратегија предузећа, циљеви и реинжењеринг производно-пословних процеса, нова култура организације, креативност • Функције менаџмента (планирање, организовање, контрола) • Људи у менаџменту: човек у организацији, понашање и руковођење • Организациона клима и руковођење • Профил менаџера, стилови руковођења и успешност менаџмента • Образовање за менаџмент <i>Практична настава</i> Студије случаја, дискусије, јавне одбране семинарских радова студената,			
Литература Душан Ристић, сарадници, (2005) <i>Основи менаџмента</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад Stoher, Frimen, Gilbert, (2000) <i>Менаџмент</i> , Желнид, Београд Schermerhorn J.R., Chappell D.S., (2000) <i>Introducing Management</i> , Willey Daft, R. (2003) <i>Management</i> , Thomson, Mason. Cole, G. (2004) <i>Management: Theory and Practice</i> , Thomson Learning, London.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 4	Вежбе: 4	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Предавања уз подршку савремених учила и активно учешће студената. Јавна одбрана семинарских радова, студије случаја, радионице, дискусија.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	5	писмени испит	20
практична настава	10	усмени испит	20
колоквијум-и	30	
семинар-и	15		

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Основи економије			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Саша Ралетић Јотановић			
Статус предмета: обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета: СТИЦАЊЕ ТЕОРИЈСКИХ И ПРАКТИЧНИХ ЗНАЊА И ВЕШТИНА ИЗ ОСНОВА МИКРОЕКОНОМИЈЕ И МАКРОЕКОНОМИЈЕ СА ЦИЉЕМ ДОНОШЕЊА ЕФИКАСНИХ И ЕФЕКТИВНИХ ЕКОНОМСКИХ ТРЖИШНИХ ОДЛУКА.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности: <ul style="list-style-type: none"> - темељног познавања и разумевања основа економије - овладавања терминологијом из основа економије - практичне примене појединих економских инструмената - решавања одређених маркетиншких проблема кроз развој критичког мишљења 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> - Увод у економију - Основни елементи понуде и потражње - Анализа трошкова - Тржиште и економска ефикасност - Компаративне предности и протекционизам - Економски аспекти опорезивања - Јавна добра и екстерналије - Макроекономски приступ - Потрошња и инвестиције - Пословне флукуације и теорија агрегатне тражње - Модел мултипликатора - Финансијска тржишта и новац - Централно банкарство и монетарна политика - Међународни финансијски систем и девизни курс - Агрегатна понуда и незапосленост - Стабилност цена - Политике раста и стабилности - Глобализација и изазови <i>Практична настава</i> Студије случајева и практична настава у смислу практичне примене инструмената економије.			
Литература Nordhaus, S. (2009). <i>Ekonomija</i> . Mate, Zagreb. Mankiw N.G., Taslop, M. (2008). <i>Ekonomija, evropsko izdanje</i> . Data Status, Beograd Mankiw N.G. (2006). <i>Principi ekonomije</i> . Ekonomski fakultet, Beograd Пословна документ: фактуре, уговори, аналитичке картице, итд.			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе:	
Методе извођења наставе Излагање, разговор, писање, цртање и илустровање, практична настава и демонстрација: излагање наставника, проучавање студија случаја, консултације (усмене и писмене), итд.. Настава и вежбе се одржавају и по принципу и групне и фронталне наставе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	5	писмени испит	40
практична настава	25	усмени испит	
колоквијум-и	30		
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Основи маркетинга			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Саша Ралетић Јотановић			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
Циљ предмета: . Циљ предмета је да оспособи студенте за примену маркетинга као данас нужног алата за успешно пословање. Настава уводи студенте у феномен маркетинга, као једне од најбитнијих функција предузећа, у циљу што боље конкурентности на тржишту.			
Исход предмета Савладавањем предмета студент стиче способности: <ul style="list-style-type: none"> - темељног познавања и разумевања концепта и метода маркетинга - разумевања значаја маркетинга - овладавања терминологијом маркетинга - овладавање инструментима маркетинга - практичне примене појединих маркетинг алата - решевања одређених маркетиншких проблема кроз развој критичког мишљења 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> - Основе маркетинг концепта - Еволуција маркетинга - Анализа интерног и екстерног окружења - Производ - Цена - Дистрибуција - Промоција - Меки елементи маркетинг микса - Маркетинг истраживање - Маркетинг у концепту одрживог развоја <i>Практична настава</i> Студије случајева на све напред наведене теоријске теме. Одбрана семинарских радова који интегришу већину тероријских тема, анализу интерног и екстерног окружења и тврде и меке елементе маркетинг микса.			
Литература Васиљев, С., Сударевић, Т. (2014). <i>Маркетинг принципи</i> . Прометеј, Нови Сад. Маричић, Б., Слигоријевић, М., Милисављевић, М. (2012). <i>Основе маркетинга</i> . Економски факултет, Београд, ИСБН: 978-86-403-1177-5 Пешић, А. Ралетић, С. (2011). <i>Основе маркетинга</i> . ЦЕКОМ, Сремски Карловци P. Kotler, V. Wong, J. Saunders, G. Armstrong (2006). <i>Osnove marketinga</i> . Mate d.o.o., Хрватска, ISBN: 953-246-023-3			
Број часова активне наставе			Остали часови 1
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе: Излагање, разговор, писање, цртање и илустровање, практична настава и демонстрација: излагање наставника, проучавање студија случаја, израда семинарског рада, консултације (усмене и писмене), итд.. Настава и вежбе се одржавају и по принципу и групне и фронталне наставе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	10	писмени испит	40
практична настава	10	усмени испит	
колоквијум-и			
семинар-и	40		
Начин провере знања могу бити различити, наведено у табели су само неке опција: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинарски радови, итд.)			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Пословна логистика			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Владисављевић М. Радован			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: Положене Квантитативне методе и Основе менаџмента			
Циљ предмета Основни циљ овог предмета је упознавање студената са интеграцијом у циљу планирања, покретања и контроле токова материјала, те креирање високо ефикасног система ланца снабдевања. Поред тога циљ овог предмета је да студенти упознају све активности, укључујући предвиђање тражње, управљање залихама, руковање материјалима, обраду наруџби, избор локација фабрика и складишта, амбалажу и транспорт.			
Исход предмета: Савладавањем програма предмета студент стиче следеће предметно-специфичне способности: темељно познавање и разумевање дисциплине пословне логистике; решавања конкретних проблема уз употребу научних метода и поступака; повезивања основних знања из области логистике и њихове примене; праћења и примене новина у струци; развоја вештина и спретности у употреби знања у логистици предузећа; самосталне примене специфичне технике планирања, набавке и токова како полупроизвода тако и готових производа у организацији.			
Садржај предмета Теоријска настава Улога и задаци логистике, Дефинисање логистике; Развој логистике; Дефинисање појам ланца санбдевања; Системски приступ; Улога логистике у друштву; Улога логистике у организацији; Кључне активности логистике.Услуга купаца; Информациони систем логистике; Складиштење, Управљање залихама, Управљање материјалним токовима; Транспорт, Дистрибуција; Логистика производње Логистика набавке; Општа логистика; Организација логистике; Управљање логистичким системима; Стратегија логистике; Питања пројектовања интегралног система логистике Практична настава:Вежбе Вежбе прате предавања у смислу појашњавања градива са предавања, што представља и припреме за полагање колоквијума. На вежбама се такође обављају консултације за израду семинарских радова. Сваки студент семинарски рад брани јавно на вежбама у циљу поделе знања са другим студентима. <i>Други облици наставе:</i> Израда логистичких пројеката привредних или непривредних организација.			
Литература Основна 1. Марковић, Н. (2007) <i>Логистика</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад Допунска 1. Калинић, В., Илић, С., Самарџија, Д., Вукмировић, Д. (2009) Системи пословне логистике, Економски факултет у Суботици 2. Барац, Н. (2000) <i>Управљање пословном логистиком</i> , Економски факултет, Ниш			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методe извођења наставе Теоријска настава се у највећој мери изводи коришћењем монолошке и дијалогске методе, док практична настава, односно вежбе, изводи се коришћењем метода рада са текстом, демонстрације и практичних радова.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 70	Завршни испит	Поена 30
активност у току предавања	10	писмени испит	15
практична настава	10	усмени испт	15
колоквијум-и	20	
семинар-и	30		

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Пословни енглески језик 1			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Гајишин П. Весна			
Статус предмета: Обавезни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Положен испит из Енглеског језика			
Циљ предмета: . Циљ предмета је савладавање основних језичких вештина: разумевања, читања, писања и говора на енглеском језику. Развијање комуникативне компетенције у свакодневном разговору. Оспособљавање студената за коришћење и разумевање стручне литературе и писање краћих састава.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности: <ul style="list-style-type: none"> - развијања језичких вештина - овладавање употребом писаних речника и речника у електронској форми - вођења конверзација кроз симулацију неких од карактеристичних ситуација везаних за посао будућих пословних стручњака. 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> -Вокабулар из тема: 1. Каријере и компаније, 2. Онлајн продаја, 3. Телефонирање, 4. Преговарање, 5. Презентације, 7. Иновације, 8. Састанци -Грамматика (синтакса и семантика) енглеског језика <i>Практична настава</i> Израда домаћих задатака, подела улога, игре, квизови и конверзација. Стварне ситуације (симулација). Студије случаја.			
Литература 1. Cotton, D. et al. (2013). Market Leader Coursebook (3rd ed.). London: Longman 2. Rogers, J. et al. (2006). Market Leader Advanced Business English Practice File. London: Longman 3. McCarthy, M. and O'Dell, F. (2001). English Vocabulary in Use: Upper Intermediate (2. izdanje). Cambridge University Press 4. Mascull, B. (2002). Business Vocabulary in Use: Intermediate. Cambridge: Cambridge University Press 5. Philips, J. (ed.) (2006). Oxford English-Serbian Student's Dictionary. Oxford: Oxford University Press			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања: 3	Вежбе: 3	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Теоријска настава уз практичне вежбе, читање и анализа текстова, метода разговора и подела улога, процена знања путем кратких тестова, употреба аудиовизуелних средстава и онлајн платформи			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	40
практична настава		усмени испит	
колоквијум-и	50	
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд...)			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент трговине и маркетинга			
Врста и ниво студија: основне струковне студије			
Назив предмета: Пословно право			
Наставник (Презиме, средње слово, име): Велимировић В. Мирослав			
Статус предмета: Изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов:			
Циљ предмета: Циљ овог предмета је упознавање студената са легалним оквирима пословања и пословног одлучивања. Студент стиче основна знања о општим појмовима права, основним институтима појединих грана права, субјектима пословања, њиховом односу према држави и правним пословима које они обављају у међусобним односима. Поред општих појмова на овом предмету се стичу и систематизована практична знања неопходна за разумевање и решавање конкретних проблема у пословању.			
Исход предмета Савладавањем студијског програма студент стиче способности: <ul style="list-style-type: none"> - темељно познавања и разумевања принципа права и правичности - разумевања значаја права - способност уочавања проблема - повезивања основних знања из различитих грана права - праћења и примене новина у струци уз подстицање праћења актуелних прописа 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> <ul style="list-style-type: none"> - Улога пословног права у предузећу. - Пословни информациони системи и пословно право. - Врсте привредних друштава (Дрштва капитала и друштва лица). - Селекција и позиционирање свих правних послова у привреди. - Уговори робног промета, банкарски послови и хартије од вредности - Законско регулисање планирања и одлучивање. - Менаџмент у правном регулисању вођења послова у предузећу. - Развијање пословно-правне стратегије. Општа пословна и правна стратегија. - Међународни правни послови и уговори. - Закон о заштити података о личности – компаративна анализа са ЕУ регулативом - Решавање међународних трговинских спорова - Пословно право и мали бизнис. <i>Практична настава</i> Анализа студија случаја			
Литература Др Драго Дивљак - Међународно привредно право, Центар за издавачку делатност Правног факултета у Новом Саду, Нови Сад 2009. Грујић Александар, (2007), <i>Пословно право</i> , ЦЕКОМ, Нови Сад Cheesman Н., (2002) <i>Contemporary Business Law</i> , Cheesman Н. Текстови закона и других подзаконских аката			
Број часова активне наставе			Остали часови 2
Предавања: 2	Вежбе: 2	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
Методе извођења наставе Онлајн настава (предавања, вежбе, консултације, дискусије, провере знања), учешће на форуму предмета, консултација и израда семинарског рада, проучавање студија случаја. Полагање завршног испита одржава се у седишту Установе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена 60	Завршни испит	Поена 40
активност у току предавања	5	писмени испит	20
практична настава	10	усмени испт	20
колоквијум-и	30	
семинар-и	15		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм:	Менаџмент трговине и маркетинга		
Назив предмета:	Предузетништво и бизнис план		
Наставник:	Срето Л. Алексић		
Статус предмета:	изборни		
Број ЕСПБ:	9		
Услов:	Положен испит из Основа менаџмента		
Циљ предмета			
Циљ изучавања предмета је стицање општих знања и вештине у домену предузетништва, предузетничких активности и различитих појавних облика предузетништва у савременом пословању. Студенти развијају креативност и стичу практична знања која омогућавају отпочињање и вођење предузетничког подухвата у пракси.			
Исход предмета			
Савладавањем студијског програма студент стиче способности			
<ul style="list-style-type: none"> - темељног познавања и разумевања концепта предузетништва - разумевања значаја предузетништва - овладавања терминологијом предузетништва - овладавање инструментима предузетништва са акцентом на Бизнис план - практичне примене појединих предузетничких алата - решавања одређених предузетничких проблема кроз развој критичког мишљења 			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i>			
<ul style="list-style-type: none"> - Увод у предузетништво - Предузетништво у теорији и пракси (основни појмови) - Појавни облици предузетништва (породично, самостално, интерно, технолошко ...) - Предузетнички процес - Креативност и развој - Одрживост подухвата - Предузетничка етика - Улога предузетника, вође, лидера, менаџера - Место менаџмента у предузетништву - Пословна идеја; креативност и стратегија - Улога и важност одлучивања у предузетништву - Бизнис план 			
<i>Практична настава</i>			
Израда бизнис плана			
Литература			
Лалић, Н., (2016) Предузетништво и одлучивање, Педагошки факултет Бијељина			
Марковић, Н., (2007) <i>Предузетништво са практикумом за самосталну израду бизнис плана</i> , ЦЕКОВ, Нови Сад			
Bolton V., Thompson J., (2004) <i>Entrepreneurs</i> , Elsevier, Лондон			
Chell E., (2004) <i>Entrepreneurship: Globalisation, Innovation and Development</i> , Thomson, Лондон			
Примери Бизнис планова доступних на Интернету, нпр. Са НСЗ.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	Остало часова 2
Методe извођења наставе			
Излагање, разговор, писање, цртање и илустровање, практична настава и демонстрација: излагање наставника, проучавање студија случаја, израда семинарског рада, консултације (усмене и писмене), итд.. Настава и вежбе се одржавају и по принципу и групне и фронталне наставе.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	70 поена	Завршни испит	30 поена
Присуство и активност на предавањима	10	писмени испит	15
Присуство и активности у току вежби	20	усмени испит	15
колоквијум-и		
семинар-и или самостална израда студије случаја или вођење радионице	40		
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испит, презентација пројекта, семинари итд...			
Максимална дужна 1 страница А4 формата			

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент у маркетингу	
Врста и ниво студија: основне струковне студије	
Наставник или наставници задужени за организацију стручне праксе (Име, средње слово, презиме): Срето Л. Алексић	
Број ЕСПБ: 7	
Услов: нема	
Циљ Циљ обављања стручне студентске праксе на Високој школи струковних студија за менаџмент и пословне комуникације је припрема студената за лакше савладавање градива у текућој и наредној школској години, као и стицање интегралног знања, синтезом теоретског знања стеченог током наставе и практичног рада у реалним условима.	
Очекивани исходи Промена наставне технологије у том смислу што ће се део наставног процеса одвијати у реалним условима без присуства професора што ће сигурно повећати осећај одговорности студената чиме се мобилише већа пажња на радне задатке и проблеме које ће студент у току праксе решавати заједно са ментором или менаџером задуженим за организацију практичног рада у предузећу-установи у производним и услужним делатностима. Стручна пракса је модел за стицање употребљивог знања , тако што ће стручним радом у реалним системима лакше схватити и разумети теоријска знања. Стручна пракса у реалним условима је добра прилика за припрему и израду семинарских радова и квалитетну одбрану истих као и квалитетнија интеракција код дискусије о студији случаја или радионици. Искуства студената могу допринети и повећању квалитета у наставном процесу учешћем студената у обради појединих тема из стручних предмета. Добро извршење стручне праксе може да буде и добра препорука за запослење у датој фирми као повећање рејтинга образовне институције и свршених менаџера код послодаваца.	
Садржај стручне праксе Стручна пракса, као обавеза сваког студента дефинисана је Правилником о извођењу стручне студентске праксе које је усвојило наставно научно веће високе школе при чему је за сваку годину студијског програма дефинисан ПРОГРАМ стручне праксе који се у виду практичног рада изводи у предузећима и установама чији је процес рада компатибилан са датим Програмом. Садржај програма формира се за сваког студента у договору са руководством предузећа или институције у складу са потребама струке за коју се студент оспособљава. Програм стручне праксе за може да се изведе и у медијским и рачунарским лабораторијама. После успешног извршења стручне праксе студент добија оцену и ЕСПБ.	
Број часова , ако је специфицирано 75	
Методe извођења Практичан рад на решавању менаџерских проблема под надзором ментора у предузећу или установи, присуством на радним и пословним састанцима менаџера, консултације и писање активности у Дневник стручне праксе.	
Оцена знања (максимални број поена 100)	
Након испуњених обавеза везаних за стручну праксу, студент након контроле студентског дневника од стране наставника добија назначени број ЕСПБ.	
Максимална дужна 1 страница А4 формата Ако у студијском програму постоји стручна пракса тада је обавезно дати описе који се траже	

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент у маркетингу	
Врста и ниво студија: основне струковне студије	
Наставник или наставници задужени за организацију стручне праксе (Име, средње слово, презиме): Драган С. Јањушић	
Број ЕСПБ: 6	
Услов: нема	
Циљ Стицање непосредних сазнања о функционисању и организацији предузећа и установа које се баве пословима у оквиру струке за коју се студент оспособљава и могућност провере и примене претходно стечених теоретских знања у реалним условима, у пракси. Студенти ће кроз стручну праксу савладати вештине руковођења, управљања, предвиђања, организовања и контролисања и променити ставове о мотиву постигнућа, а тиме повећати своје компетенције као свршени менаџери.	
Очекивани исходи Промена наставне технологије у том смислу што ће се део наставног процеса одвијати у реалним условима без присуства професора што ће сигурно повећати осећај одговорности студената чиме се мобилише већа пажња на радне задатке и проблеме које ће студент у току праксе решавати заједно са ментором или менаџером задуженим за организацију практичног рада у предузећу-установи у производним и услужним делатностима. Стручна пракса је модел за стицање употребљивог знања , тако што ће стручним радом у реалним системима лакше схватити и разумети теоријска знања. Стручна пракса у реалним условима је добра прилика за припрему и израду семинарских радова и квалитетну одбрану истих као и квалитетнија интеракција код дискусије о студији случаја или радионици. Искуства студената могу допринети и повећању квалитета у наставном процесу учешћем студената у обради појединих тема из стручних предмета. Добро извршење стручне праксе може да буде и добра препорука за запослење у датој фирми као повећање рејтинга образовне институције и свршених менаџера код послодаваца.	
Садржај стручне праксе Стручна пракса, као обавеза сваког студента дефинисана је Правилником о извођењу стручне студентске праксе које је усвојило наставно научно веће високе школе при чему је за сваку годину студијског програма дефинисан ПРОГРАМ стручне праксе који се у виду практичног рада изводи у предузећима и установама чији је процес рада компатибилан са датим Програмом. Садржај програма формира се за сваког студента у договору са руководством предузећа или институције у складу са потребама струке за коју се студент оспособљава. Програм стручне праксе за може да се изведе и у медијским и рачунарским лабораторијама. После успешног извршења стручне праксе студент добија оцену и ЕСПБ.	
Број часова , ако је специфицирано 120	
Методe извођења Практичан рад на решавању менаџерских проблема под надзором ментора у предузећу или установи, присуством на радним и пословним састанцима менаџера, консултације и писање активности у Дневник стручне праксе.	
Оцена знања (максимални број поена 100)	
Након испуњених обавеза везаних за стручну праксу, студент након контроле студентског дневника од стране наставника добија назначени број ЕСПБ.	
Максимална дужна 1 страница А4 формата	
Ако у студијском програму постоји стручна пракса тада је обавезно дати описе који се траже	

Студијски програм/студијски програми : Менаџмент у маркетингу	
Врста и ниво студија: основне струковне студије	
Наставник или наставници задужени за организацију стручне праксе (Име, средње слово, презиме): Слободан Живкуцин	
Број ЕСПБ: 3	
Услов: нема	
Циљ Циљ обављања стручне студентске праксе на Високој школи струковних студија за менаџмент и пословне комуникације је припрема студената за лакше савладавање градива у текућој и наредној школској години, као и стицање интегралног знања, синтезом теоретског знања стеченог током наставе и практичног рада у реалним условима.	
Очекивани исходи Промена наставне технологије у том смислу што ће се део наставног процеса одвијати у реалним условима без присуства професора што ће сигурно повећати осећај одговорности студената чиме се мобилише већа пажња на радне задатке и проблеме које ће студент у току праксе решавати заједно са ментором или менаџером задуженим за организацију практичног рада у предузећу-установи у производним и услужним делатностима. Стручна пракса је модел за стицање употребљивог знања , тако што ће стручним радом у реалним системима лакше схватити и разумети теоријска знања. Стручна пракса у реалним условима је добра прилика за припрему и израду семинарских радова и квалитетну одбрану истих као и квалитетнија интеракција код дискусије о студији случаја или радионици. Искуства студената могу допринети и повећању квалитета у наставном процесу учешћем студената у обради појединих тема из стручних предмета. Добро извршење стручне праксе може да буде и добра препорука за запослење у датој фирми као повећање рејтинга образовне институције и свршених менаџера код послодаваца.	
Садржај стручне праксе Стручна пракса, као обавеза сваког студента дефинисана је Правилником о извођењу стручне студентске праксе које је усвојило наставно научно веће високе школе при чему је за сваку годину студијског програма дефинисан ПРОГРАМ стручне праксе који се у виду практичног рада изводи у предузећима и установама чији је процес рада компатибилан са датим Програмом. Садржај програма формира се за сваког студента у договору са руководством предузећа или институције у складу са потребама струке за коју се студент оспособљава. Програм стручне праксе за може да се изведе и у медијским и рачунарским лабораторијама. После успешног извршења стручне праксе студент добија оцену и ЕСПБ.	
Број часова , ако је специфицирано 75	
Методe извођења Практичан рад на решавању менаџерских проблема под надзором ментора у предузећу или установи, присуством на радним и пословним састанцима менаџера, консултације и писање активности у Дневник стручне праксе.	
Оцена знања (максимални број поена 100) Након испуњених обавеза везаних за стручну праксу, студент након контроле студентског дневника од стране наставника добија назначени број ЕСПБ.	

Табела 5.2Б Спецификација завршног рада

Студијски програм: Менаџмент трговине и маркетинга
Врста и ниво студија: основне струковне студије
Број ЕСПБ: 15
Услов: Положени сви испити на студијском програму
<p>Циљеви завршног рада:</p> <p>Завршни рад је конципиран као самосталан рад студента у одређеној области стручно-апликативних или стручних предмета, у области менаџмента трговине и маркетинга.</p> <p>Израдом завршног рада се интегрише и примењује стечена знања у решавању конкретних проблема унутар образовно-научног поља студијског програма којег похађа. У оквиру израде завршног рада проверава се и оцењује способност студента да расуђује, уочава, анализира и решава конкретне практичне проблеме који се односе на материју. Показује да је овладао знањима и стекао компетенције потребне за самосталан рад у области менаџмента трговине и маркетинга..</p>
<p>Очекивани исходи:</p> <p>Завршним радом студент стиче опште и посебно-специфичне способности које су у функцији квалитетног обављања стручне делатности. Студент ће бити способан да:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостално, односно у условима тимског рада, изабере проблем за истраживање анализом актуелне праксе и из делокруга професионалног рада, - изради идејни пројекат за истраживање, - спроведе истраживачк, - на основу резултата истраживања – апликује их у професионалном раду <p>Такође праћење и примена новина у менаџменту, решавање конкретних проблема уз употребу научних метода и сл.</p>
<p>Општи садржаји:</p> <p>Завршни рад предствља истраживачко и теоретски рад студента у коме се он упознаје са елементарном методологијом истраживања праксе и теорије у области менаџмента трговине и маркетинга. Након обављеног истраживања студент припрема завршни рад у форми која садржи следећа оглавља: Увод; Теоријски део; Истраживачки део; Резултати и дискусија; Закључак; Преглед литературе.</p> <p>Након завршеног рада студент мора да прикаже своје резултате ментору, уколико је ментор задовољан истраживањем, тада се рад прослеђује осталим члановима комисије. Уколико ниједан члан комисије нема примедбе, онда се приступа јавној одбрани завршног рада.</p>
<p>Методе извођења:</p> <p>Прво се приступа проучавању литературе везане за неки проблем, затим се уз помоћ ментора конципирају циљеви и проблеми истраживања како би се на основу ових формирале хипотезе. Затим се приступа неким од следећих корака :</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализира постојеће праксе, - одабере узорка, - изврши дескриптивна метода, - обсервационе методе (анализа документације, интервју, анкета, систематско и/или тренутно посматрање и др.), - експерименталне методе, - статистичке методе, - методе случаја (case study).
Оцена (максимални број поена 100)