	Sveučilište u Dubrovniku Ekonomski fakultet Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, 20000 Dubrovnik tel: 00 385 20 445 901, e-mail: ekonomija@unidu.hr	Obrazac
	IZVEDBENI PLAN NASTAVE ZA AKADEMSKU 2026./2027.	**F04-12**

Ovjera Dekanice

Ekonomski fakultet

izv. prof. dr. sc. Barbara Puh, v.d. dekanice

Potpis: B. P.

Datum: 27. 5. 2026.

Ovjera Rektora

Sveučilišta u Dubrovniku

prof. dr. sc. Nebojša Stojčić

Potpis:

Datum: 27.05.2026.

Združeni doktorski studij: Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju

Semestar	Aktivnost	Opterećenje	ECTS
I.	Obvezni kolegiji studija	4 kolegija x 6 ECTS	24
	Radionica „Metodologija razvoja istraživačke teme doktorske disertacije“	5 ECTS	5
	Radionica „Plagijarizam i etika u istraživanju“	5 ECTS	5
	UKUPNO PRVI SEMESTAR		**34**
II.	Obvezni kolegiji modula	2 kolegija x 5 ECTS	10
	Izborni kolegiji modula	3 kolegija x 3 ECTS	9
	Izlaganje na znanstvenoj konferenciji	7 ECTS	7
	UKUPNO DRUGI SEMESTAR		**26**
UKUPNO PRVA GODINA STUDIJA			**60**
III.	Izborni kolegiji s drugih modula	3 kolegija x 3 ECTS	9
	Predaja rada u Scopus/WoS časopis	15 ECTS	15
	Prijava i javna obrana teme disertacije	16 ECTS	16
	UKUPNO TREĆI SEMESTAR		**40**
IV.	Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
	UKUPNO ČETVRTI SEMESTAR		**20**
UKUPNO DRUGA GODINA STUDIJA			**60**
V.	Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
	UKUPNO PETI SEMESTAR		**20**
VI.	Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
	Obrana doktorske disertacije	20 ECTS	20
	UKUPNO ŠESTI SEMESTAR		**40**
UKUPNO TREĆA GODINA STUDIJA			**60**
	UKUPNO ECTS		**180**

1. godina združenog doktorskog studija

Združeni doktorski studij: Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju

POPIS NASTAVNIKA I KOLEGIJA

1. godina studija

Zimski semestar (1. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
		OBVEZNI KOLEGIJ				
1.	prof. dr. sc. Mario Spremić prof. dr. sc. Božidar Jaković	Digitalna transformacija poslovanja	7.5 7.5	7.5 7.5	0 0	6
2.	prof. dr. sc. Josip Tica izv. prof. dr. sc. Marija Bečić	Odabrane teme iz makroekonomije	7.5 7.5	7.5 7.5	0 0	6
3.	prof. dr. sc. Nebojša Stojčić prof. dr. sc. Perica Vojinić	Odabrane teme iz mikroekonomije	7.5 7.5	7.5 7.5	0 0	6
4.	prof. dr. sc. Nataša Erjavec izv. prof. dr. sc. Petar Sorić	Statističke metode istraživanja u ekonomiji	7.5 7.5	7.5 7.5	0 0	6
5.		Radionica: Metodologija razvoja istraživačke teme doktorske disertacije				5
6.		Radionica: Plagijarizam i etika u istraživanju				5

Združeni doktorski studij: Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju

POPIS NASTAVNIKA I KOLEGIJA
1. godina studija

Modul TURIZAM

Ljetni semestar (2. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
		OBVEZNI KOLEGIJ				
1.	prof. dr. sc. Mislav Ante Omazić izv. prof. dr. sc. Ingeborg Matečić	Strateški menadžment u turizmu i digitalna transformacija	7.5 7.5	5 5	0 0	5
2.	prof. dr. sc. Oliver Kesar izv. prof. dr. sc. Ana Portolan	Ekonomika upravljanja turističkom destinacijom	7.5 7.5	5 5	0 0	5
		IZBORNI KOLEGIJ				
1.	prof. dr. sc. Marija Benić Penava izv. prof. dr. sc. Vanja Krajinović	Kreativne industrije i održivi razvoj u turizmu	5 5	5 5	0 0	3
2.	prof. dr. sc. Darko Prebežac izv. prof. dr. sc. Barbara Puh	Upravljanje markom turističke destinacije	5 5	5 5	0 0	3
3.	prof. dr. sc. Ivana Pavlić izv. prof. dr. sc. Petra Barišić	Metode istraživanja u turizmu	5 5	5 5	0 0	3
4.	prof. dr. sc. Marija Benić Penava izv. prof. dr. sc. Antonio Vlahov	Ekonomska valorizacija kulturno povijesne baštine u digitalnom okruženju	5 5	5 5	0 0	3
5.	prof. dr. sc. Iris Mihajlović izv. prof. dr. sc. Danijela Ferjanić Hodak	Ekonomija dijeljenja u turizmu	5 5	5 5	0 0	3
6.		Izlaganje na znanstvenoj konferenciji				7

Modul MARKETING

Ljetni semestar (2. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
	OBVEZNI KOLEGIJ					
1.	prof. dr. sc. Jurica Pavičić prof. dr. sc. Iris Mihajlović	Suvremene teorije marketinga	7.5 7.5	5 5	0 0	5
2.	prof. dr. sc. Mirko Palić izv. prof. dr. sc. Marija Dragičević	Marketinški kanali i suvremene tehnologije	7.5 7.5	5 5	0 0	5
	IZBORNI KOLEGIJ					
1.	prof. dr. sc. Ivana Pavlić izv. prof. dr. sc. Barbara Puh	Neuromarketing	5 5	5 5	0 0	3
2.	prof. dr. sc. Lajoš Žager prof. dr. sc. Sanja Sever Mališ	Računovodstvene politike i upravljanje prodajom	5 5	5 5	0 0	3
3.	prof. dr. sc. Dubravka Sinčić	Upravljanje odnosima s klijentima u digitalnom okruženju	5 5	5 5	0 0	3
4.	prof. dr. sc. Goran Vlašić	Teorija digitalnog marketinga i društvenih medija	5 5	5 5	0 0	3
5.	prof. dr. sc. Jurica Pavičić prof. dr. sc. Goran Vlašić	Strategija u kontekstu interaktivnosti marketinga	5 5	5 5	0 0	3
6.	prof. dr. sc. Zoran Krupka izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat	Istrazivački smjerovi u upravljanju markom	5 5	5 5	0 0	3
		Izlaganje na znanstvenoj konferenciji				7

Modul MENADŽMENT

Ljetni semestar (2. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
OBVEZNI KOLEGIJ						
1.	prof. dr. sc. Sanda Rašić Jelavić prof. dr. sc. Tomislav Hernaus	Teorije organizacije i menadžmenta	7.5 7.5	5 5	0 0	5
2.	prof. dr. sc. Ivona Vrdoljak Raguž prof. dr. sc. Darko Tipurić	Korporativno upravljanje	7.5 7.5	5 5	0 0	5
IZBORNI KOLEGIJI						
1.	prof. dr. sc. Nebojša Stojčić prof. dr. sc. Perica Vojinić izv. prof. dr. sc. Marija Bečić	Upravljanje intelektualnim vlasništvom	5 2.5 2.5	5 2.5 2.5	0 0 0	3
2.	prof. dr. sc. Ivona Vrdoljak Raguž izv. prof. dr. sc. Zorica Krželj	Upravljanje ljudskim resursima	5 5	5 5	0 0	3
3.	prof. dr. sc. Lajoš Žager izv. prof. dr. sc. Iris Lončar	Analiza financijskih izvještaja	5 5	5 5	0 0	3
4.	prof. dr. sc. Anita Pavković izv. prof. dr. sc. Iris Lončar	Financijski menadžment u digitalnoj ekonomiji	5 5	5 5	0 0	3
5.	profesor emeritus Lovorka Galetić prof. dr. sc. Marija Martinović	Kompenzacijski menadžment	5 5	5 5	0 0	3
6.	prof. dr. sc. Najla Podrug izv. prof. dr. sc. Ana Aleksić Fredotović	Međunarodno organizacijsko ponašanje	5 5	5 5	0 0	3
		Izlaganje na znanstvenoj konferenciji				7

Modul MEĐUNARODNO POSLOVANJE

Ljetni semestar (2. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
OBVEZNI KOLEGIJ						
1.	izv. prof. dr. sc. Ivo Šperanda izv. prof. dr. sc. Marija Bečić	Međunarodno poslovanje i digitalna transformacija	7.5 7.5	5 5	0 0	5
2.	prof. dr. sc. Lorena Škuflić izv. prof. dr. sc. Marija Bečić	Industrijska politika i globalizacija	7.5 7.5	5 5	0 0	5
IZBORNI KOLEGIJI						
1.	prof. dr. sc. Tonći Svilokos izv. prof. dr. sc. Meri Šuman Tolić	Regulacija financijskog tržišta u digitalnom okruženju	5 5	5 5	0 0	3
2.	prof. dr. sc. Tomislav Baković izv. prof. dr. sc. Marija Dragičević	Upravljanje kvalitetom	5 5	5 5	0 0	3
3.	prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin prof. dr. sc. Katija Vojvodić	Međunarodno poslovno pregovaranje	5 5	5 5	0 0	3
4.	izv. prof. dr. sc. Marijana Musladin	Nacionalna i međunarodna sigurnost	5 5	5 5	0 0	3
5	prof. dr. sc. Sanda Soucie prof. dr. sc. Katija Vojvodić	Upravljanje logističkim lancima u digitalnom okruženju	5 5	5 5	0 0	3
6.	prof. dr. sc. Tonći Svilokos izv. prof. dr. sc. Meri Šuman Tolić	Digitalna transformacija financijskog sektora	5 5	5 5	0 0	3
		Izlaganje na znanstvenoj konferenciji				7

Modul DIGITALNA EKONOMIJA

Ljetni semestar (2. sem.)

Br.	Nastavnik	Kolegij	P	V	S	ECTS
OBVEZNI KOLEGIJ						
1.	prof. dr. sc. Mario Spremić prof. dr. sc. Božidar Jaković	Digitalni poslovni modeli	7.5 7.5	5 5	0 0	5
2.	prof. dr. sc. Nebojša Stojčić izv. prof. dr. sc. Tomislav Herceg	Inovacije, tehnologija i industrijska politika	7.5 7.5	5 5	0 0	5
IZBORNI KOLEGIJI						
1.	prof. dr. sc. Vesna Bosilj Vukšić izv. prof. dr. sc. Ljubica Milanović	Upravljanje poslovnim procesima u digitalnom okruženju	5 5	5 5	0 0	3
2.	prof. dr. sc. Katarina Ćurko prof. dr. sc. Nikola Vlahović	Inteligentna analitika podataka	5 5	5 5	0 0	3
3.	prof. dr. sc. Ivan Strugar prof. dr. sc. Božidar Jaković	Suradničke tehnologije i mreže	5 5	5 5	0 0	3
4.	prof. dr. sc. Mirjana Pejić Bach izv. prof. dr. sc. Jovana Zoroja	Otkrivanje znanja iz podataka u znanstvenim istraživanjima	5 5	5 5	0 0	3
5.	prof. dr. sc. Mario Spremić	Kibernetička sigurnost	5 5	5 5	0 0	3
		Izlaganje na znanstvenoj konferenciji				7

2. godina združenog doktorskog studija

Združeni doktorski studij: Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju

2. godina studija

Zimski semestar (III. sem.)

Ljetni semestar (IV. sem.)

Izborni kolegiji s drugih modula	3 kolegija x 3 ECTS	9
Predaja rada u Scopus/WoS časopis	15 ECTS	15
Prijava i javna obrana teme disertacije	16 ECTS	16
UKUPNO TREĆI SEMESTAR		**40**
Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
UKUPNO ČETVRTI SEMESTAR		**20**

3. godina združenog doktorskog studija

Združeni doktorski studij: Poslovna ekonomija u digitalnom okruženju

3. godina studija

Zimski semestar (V. sem.)

Ljetni semestar (VI. sem.)

V.	Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
	UKUPNO PETI SEMESTAR		**20**
VI.	Izrada doktorske disertacije	20 ECTS	20
	Obrana doktorske disertacije	20 ECTS	20
	UKUPNO ŠESTI SEMESTAR		**40**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Digitalna transformacija poslovanja**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	6 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mario Spremić** **prof. dr. sc. Božidar Jaković**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	bjakovic@net.efzg.hr; mspremic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Kolegij upoznaje studente s najnovijim trendovima u razvoju informacijsko-komunikacijskih, a posebice digitalnih tehnologijama te društvenim, tehnološkim, organizacijskim i poslovnim aspekata njezine primjene u dinamičnom poslovnom okruženju. Objasnit će se trendovi digitalne ekonomije i analizirati okviri i modeli pomoću kojih osnovne i napredne digitalne tehnologije omogućuju organizacijama povećanje produktivnosti, efikasnosti i konkurentnosti i utječu na promjene u poslovanju. Navedeno će se obraditi u kontekstu znanstvenih istraživanja iz područja poslovne ekonomije, a prezentirat će se istraživački okviri upravljanja promjenama i informacijskom i digitalnom tehnologijom. Predmet omogućava holističko razumijevanje kako moderna digitalna tehnologija utječe na poslovanje i pomoću kojih metoda je moguće provoditi organizacijske promjene, osobito u području digitalne transformacije poslovanja. Istraživat će se i analizirati čimbenici koji utječu na uspjeh digitalne transformacije poslovanja, kao svjesno vođene preobrazbe poslovanja uz pomoć strateške primjene digitalnih tehnologija.
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati utjecaj čimbenika digitalne transformacije poslovanja na uspješno upravljanje poslovanjem i bolje poslovne rezultate

2. Kritički ocijeniti primjenu teorijskih okvira upravljanja promjenama i prihvaćanja tehnologija u kontekstu istraživačkog rada
3. Primijeniti znanja o modelima i metodama kojima se pomoću informacijskih i digitalnih tehnologija provode promjene u poslovanju
4. Kritički preispitati različite opcije strategija digitalne transformacije poslovanja, kritički razmišljati o djelokrugu, dosegu i načinima provedbe digitalne transformacije poslovanja
5. Vrednovati utjecaj aktualnih trendova digitalne ekonomije na potrebu i prilike za provođenje organizacijskih promjena u kontekstu znanstvenog istraživanja iz područja poslovne ekonomije
6. Odabrati strategiju digitalne transformacije poslovanja koja će omogućiti uspješno i održivo poslovanje poduzeća, argumentirati odabir, procijeniti učinke izbora, te usporediti postignute rezultate i zadane ciljeve
7. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati strateški plan digitalne transformacije poslovanja

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☐ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni	Ostalo:
☒ Pismeni	
☒ Kolokvij	

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Kane, G.C., Palmer, D., Philips, A.N., Kiron, D. and Buckley, N., Aligning the Organization for Its Digital Future, MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press, 2016.
2.	Hess, T., Matt, C., Benlian, A., Wisboeck, F., Options for formulating digital transformation strategy, MIS Quarterly Executive, 2016.
3.	G. C. Kane, D. Palmer, A. N. Phillips, D. Kiron and N. Buckley, Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation, MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press, 2015.
4.	Turel O, Bart , Board-level IT governance and organizational performance European Journal of Information Systems, 2014, p.p. 223-239.
5.	Weill, P. ROSS, JW, IT Governance: How Top Performers Manage it Decision Rights for Superior Results, Harvard Business School Press, Boston, MA., 2004.
6.	Pejić Bach, M., Spremić, M., & Suša Vugec, D. , Integrating Digital Transformation Strategies into Firms: Values, Routes and Best Practice Examples. In Management and Technological Challenges in the Digital Age, Taylor & Francis Group: CRC press., 2018.

Izborna literatura	
1.	Bharadwaj A, El Sawy OA, Pavlou PA, Venkatraman N. , Digital business strategy: toward a next generation of insights., MIS Q 37(2), 2013, p.p. 471-482.
2.	Spremić, M., Governing Digital Technology – how Mature IT Governance can help in Digital Transformation? , International Journal of Economics and Management Systems, 2, 2021, p.p. 214-223.
3.	Johnson AM, Lederer AL , CEO/CIO mutual understanding, strategic alignment, and the contribution of IS to the organization, Inf Manag 47(3):, 2010, p.p. 138-149.
4.	Susa Vugec, D., Spremic, M., Pejic Bach. M , IT governance adoption in banking and insurance sector: longitudinal case study of COBIT use, International Journal for Quality Research 11(3) , 2021, p.p. 691-716.
5.	Henderson JC, Venkatraman N , Strategic alignment: leveraging information technology for transforming organizations, IBM Syst J 32(1), 1993, p.p. 4-16.
6.	Spremić, M. , Digitalna transformacija poslovanja, Ekonomski fakultet Zagreb, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Trendovi digitalne ekonomije, pregled koncepta digitalne ekonomije i najvažnijih digitalnih tehnologija koje se u njoj koriste. Studije slučajeva i pregled najvažnijih istraživačkih pravaca	5	0	0
2.	Objašnjenje pojmova digitalizacije i digitalne transformacije. Studije slučajeva i pregled znanstvenih radova u području	0	5	0
3.	Korištenje bibliometrijske analize u području digitalizacije i digitalne transformacije poslovanja. Praktičan rad i diskusija mogućih istraživačkih pravaca	0	5	0
4.	Čimbenici uspjeha digitalne transformacije poslovanja. Pregled znanstvenih spoznaja u tom području	5	0	0
5.	Obrazloženje utjecaja digitalne transformacije na razvoj digitalne ekonomije. Pregled istraživačkih pravaca u području digitalne ekonomije	0	5	0
6.	Kritičko razmišljanje i znanstveni pravci o dosegu i načinu provedbe digitalne transformacije	5	0	0
	UKUPNO SATI	**15**	**15**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Odabrane teme iz makroekonomije**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	6 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Josip Tica** **izv. prof. dr. sc. Marija Bečić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6 - II kat
Telefon	+385 20 445 932;
e-mail	marija.becic@unidu.hr; jtica@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Zamka likvidnosti, zagonetka potrošnje, financijske frikcije, monetarni akcelerator i monetarno popuštanje • Ciljanje inflacije, obvezujuća monetarna politika, IS-MR-PC model, IS-MP-IA model • Mundell-Fleming-Tobin model i tečajna izloženost zemlje • Unutarnja i vanjska ravnoteža, stabilnost i održivost duga • Globalizacija, nejednakost i otvoreni Solow-Swan model rasta • Nezaposlenost, fluktuacije radne snage, Diamond-Mortensen-Pissarides model	
Ishodi učenja kolegija	
1. • Povezati i kritički analizirati teorije i modele iz područja makroekonomske znanosti • Demonstrirati sposobnost kreiranja teorijskog i/ili empirijskog okvira za makroekonomsku analizu • Samostalno istraživati makroekonomske varijable • Primijeniti stečeno znanje iz područja makroekonomije za formuliranje ekonomskih politika na nacionalnoj razini u digitalnom okruženju	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	

☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Romer, D., Advanced Macroeconomics, 4th Edition, McGraw-Hill, New York., 2012.
2.	Rodseth, A., Open Economy Macroeconomics, Oxford University Press, 2010.
3.	Carlin W. and Soskice, D., Macroeconomics: Institutions, Instability, and the Financial System, Oxford University Press, 2015.
4.	Odabrani recentni znanstveni radovi, 2021.
Izborna literatura	
1.	Sorensen, P. B.and Whitta-Jacobsen, H. J. , Introducing Advanced Macroeconomics: Growth & Business Cycles, 2nd edition, McGraw-Hill, 2010.
2.	Krugman, P., Obstfeld, M. and Melitz, M, International Economics: Theory and Policy, 11th edition, Pearson, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Zamka likvidnosti; zagonetka potrošnje	1	1	0
2.	Financijske frikcije	1	1	0
3.	Monetarni akcelerator; monetarno popuštanje	1	1	0

4.	Ciljanje inflacije; obvezujuća monetarna politika	1	1	0
5.	IS-MR-PC model; IS-MP-IA model	1	1	0
6.	Mundell-Fleming-Tobin model (1)	1	1	0
7.	Mundell-Fleming-Tobin model (2)	1	1	0
8.	Tečajna izloženost zemlje	1	1	0
9.	Unutarnja i vanjska ravnoteža	1	1	0
10.	Stabilnost i održivost duga	1	1	0
11.	Rast, globalizacija i nejednakost	1	1	0
12.	Otvoreni Solow-Swan model rasta	1	1	0
13.	Nezaposlenost	1	1	0
14.	Fluktuacije radne snage	1	1	0
15.	Diamond- Mortensen-Pissarides model	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**15**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Odabrane teme iz mikroekonomije**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	6 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Nebojša Stojčić** **prof. dr. sc. Perica Vojinić**
Zgrada, kabinet	Branitelja Dubrovnika 41, Rektorat; Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6
Telefon	+385 20 445 858; +385 20 445 933
e-mail	nebojsa.stojcic@unidu.hr; perica.vojinic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Redefiniranje modela ponašanja potrošača: potražnja za obilježjima i izbor u vremenskoj dimenziji. • Redefiniranje modela ponašanja proizvođača: ravnoteža poduzeća u proizvodnji više proizvoda - utvrđivanje optimalnog asortimana proizvodnje. • Alternativne teorije poduzeća: model maksimizacije prihoda; model maksimizacije korisnosti; model maksimizacije rasta. • Modeli i strategije određenosti cijene i outputa na tržištu dobara i mjerenje tržišne moći. Četiri temeljna modela određivanja cijena na tržištu činitelja; monopolistička i monopsonistička eksploatacija i pregovaranje monopoliste i monopsoniste. • Rizik, neizvjesnost, tržišne nesavršenosti i neuspjesi • Ekonomija informacija Nepovoljan odabir, Asimetrična obaviještenost, signaliziranje i probiranje, Principal agent problem i rizik zloupotrebe, učinak dostupnosti informacija na tržišne ishode • Ekonomija blagostanja, Društveni odabir i Arrowljev teorem, Pareto efikasnost, statička i dinamička opća ravnoteža.	
Ishodi učenja kolegija	

• Povezati i kritički analizirati teorije i modele iz područja mikroekonomske znanosti • Demonstrirati sposobnost kreiranja teorijskog i/ili empirijskog okvira za mikroekonomsku analizu • Samostalno istraživati ponašanje potrošača i proizvođača • Primijeniti stečeno znanje iz područja mikroekonomije za donošenje odluka u uvjetima rizika, neizvjesnosti, asimetrične obaviještenosti te ekonomije blagostanja u statičkoj I dinamičkoj analizi

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Benić, Đ., Mikroekonomija: menadžerski pristup, II. izdanje, Školska knjiga, Zagreb, 2017.
2.	Jehle, G. A., Reny, P. J., Advanced Microeconomic Theory, Pearson, 2011.
3.	Muñoz-Garcia, F., Advanced Microeconomic Theory: An Intuitive Approach with Examples, The MIT Press, 2017.
Izborna literatura	
1.	Perloff, J., M., Microeconomics, 9th Edition, Pearson, 2018.
2.	Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L., Microeconomics, 9th Edition, Pearson, 2018.
3.	Varian, H., R., Intermediate Microeconomics – A Modern Approach, 9th Edition, W.W. Norton & Company, 2014.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Redefiniranje modela ponašanja potrošača: potražnja za obilježjima i izbor u vremenskoj dimenziji	1	1	0

2.	Redefiniranje modela ponašanja proizvođača: ravnoteža poduzeća u proizvodnji više proizvoda - utvrđivanje optimalnog asortimana proizvodnje	1	1	0
3.	Alternativne teorije poduzeća: model maksimizacije prihoda; model maksimizacije korisnosti; model maksimizacije rasta.	1	1	0
4.	Modeli i strategije određenosti cijene i outputa na tržištu dobara i mjerenje tržišne moći.	1	1	0
5.	Četiri temeljna modela određivanja cijena na tržištu činitelja	1	1	0
6.	Monopolistička i monopsonistička eksploatacija i pregovaranje monopoliste i monopsoniste	1	1	0
7.	Rizik, neizvjesnost, tržišne nesavršenosti i neuspjesi	1	1	0
8.	Ekonomija informacija	1	1	0
9.	Nepovoljan odabir, Asimetrična obaviještenost, signaliziranje i probiranje	1	1	0
10.	Principal agent problem i rizik zloupotrebe	1	1	0
11.	Učinak dostupnosti informacija na tržišne ishode	1	1	0
12.	Ekonomija blagostanja	1	1	0
13.	Društveni odabir i Arrowljev teorem	1	1	0
14.	Pareto efikasnost, statička i dinamička opća ravnoteža.	1	1	0

15.	Mrežne eksternalije, ekonomski model platformi, troškovi prelaska	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**15**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Radionica: Metodologija razvoja istraživačke teme doktorske disertacije**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
Ishodi učenja kolegija	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	

☐ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☐ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

Izborna literatura

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
	UKUPNO SATI	**0**	**0**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Radionica: Plagijarizam i etika u istraživanju**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Ishodi učenja kolegija

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☐ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☐ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA
Obvezna literatura
Izborna literatura

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
	UKUPNO SATI	**0**	**0**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Statističke metode istraživanja u ekonomiji**
Semestar	Zimski (1. sem)
Broj ECTS bodova	6 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Nataša Erjavec** **izv. prof. dr. sc. Petar Sorić**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	psoric@net.efzg.hr; nerjavec@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Specifičnosti analize ekonomskih pojava. Odabrana programska potpora. • Model jednostavne linearne regresije. Model višestruke linearne regresije. Specifikacija funkcionalne forme modela. Gauss-Markovljeve pretpostavke. Pokazatelji kakvoće modela. Testiranje hipoteza (LR, Waldov i LM test). Ispunjavanje pretpostavki modela. Prognoziranje. • Regresijski model s kvalitativnim varijablama. Model s nezavisnim kvalitativnim varijablama (binarna i kategorijalna varijabla). Model sa zavisnom kvalitativnom varijablom (logit, probit i tobit model). • Analiza vremenskih nizova. Stacionarni i nestacionarni vremenski nizovi. ARIMA modeli. Analiza nestacionarnosti (UR test sa strukturnim lomom). Prividna regresija. Kointegracija. VAR model. Model korekcije pogreške. Inovacijska analiza. • Analiza panel podataka. Prednosti i nedostaci panel metodologije. Metode procjene parametara. Statički modeli. Hausmanov test. Dinamički modeli. • Odabrane teme strukturnog modeliranja (SEM). Elementi modela, procjene i metode poboljšanja reprezentativnosti.
Ishodi učenja kolegija

1. • Razviti napredna stručna znanja generiranjem kvalitetnih (originalnih) ekonometrijskih istraživanja i analize kroz osmišljavanje, dizajniranje, implementaciju i prilagođavanje procesa znanstvenog istraživanja u ekonomiji, odnosno u području društvenih znanosti općenito. 2. • Razumjeti, primijeniti, interpretirati i kritički promišljati ekonomske teorije i napredne ekonometrijske modele u istraživanjima u području digitalne transformacije gospodarstva. 3. Generirati kvalitetna ekonometrijska istraživanja i formulirati hipoteze ekonomskog istraživanja. 4. • Pripremiti i integrirati podatke odgovarajuće kvalitete. Izabrati odgovarajući model i ocijeniti njegovu reprezentativnost i ispunjavanje pretpostavki. 5. Sintetizirati znanja iz različitih područja ekonomije 6. • Samostalno ili u koautorstvu istraživati realne i aktualne probleme u području poslovne ekonomije i digitalne transformacije, kreiranjem i vrednovanjem novih činjenica i teorijskih znanja u istraživanom području 7. Preuzeti društvenu odgovornost za uspješnost provođenja istraživanja i za društvenu korisnost rezultata istraživanja. 8. Kritički evaluirati postojeću znanstvenu literaturu iz područja ekonomije i statistike.

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☒ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☐ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Greene, W. H, Econometric Analysis, 8th Ed., Prentice Hall, New York, 2018.
2.	Gujarati, D. I Porter, D., Basic Econometrics, 6th Edt., McGraw-Hill Education, Europe, 2016.
3.	Wooldridge, J. M., Introductory Econometrics: A Modern Approach, 6th ed., Cengage Learning, Boston, USA, 2016.
4.	Jakšić, S., Erjavec, N. i Čeh Časni, A. , Metode primijenjene matematičke i statističke analize, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2020.
Izborna literatura	
1.	Wooldridge, J. M., Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, 2nd Ed., MIT Press, 2010.

2.	Enders, W, Applied Econometric Time Series 3rd ed. , John Wiley & Sons, Inc., New. Jersey , 2009.
3.	Čižmešija, M.; Sorić, P. I Lolić, Uloga ekonomskog sentimenta u tumačenju makroekonomskih trendova: metodološka unapređenja i nova područja primjene u Hrvatskoj, Zagreb, Ekonomski Fakultet Zagreb, 2018.
4.	Sorić, P., Lolić, I. I Čižmešija, M., European Economic Sentiment Indicator: An Empirical Reappraisal, Quality & Quantity, 50(5), 2016, p.p. 2025-2054.
5.	Erjavec, N., Sorić, P. i Čižmešija, M., Predicting The Probability Of Recession In Croatia: Is Economic Sentiment The Missing Link?, Zbornik radova Ekonomskog Fakulteta u Rijeci: Časopis za ekonomsku teoriju i Praksu, 34 (2), 2015, p.p. 555-579.
6.	Erjavec, N. & Jakšić, S. , Regional Unemployment in Croatia: Evidence from Dynamic Panel Model, U: Zadnik Stirn, L., Žerovnik, J., Kljajić Borštnar, M. & Drobne, S. (ur.) Proceedings of the 13th International Symposium on Operational Research SOR'15. Ljubljana, Slovenian Society Informatika, Section for Operational Research, 2021, p.p. 485-489.
7.	Kline, R. B. , Principles and Practice of Structural Equation Modeling (Methodology in the Social Sciences, 4th Edt, Taylor & Francis Ltd, New York, 2016.
8.	Bahovec, V. i N. Erjavec , Uvod u ekonometrijsku analizu, Element, Zagreb, 2009.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Specifičnosti analize ekonomskih pojava. Odabrana programska potpora i odabrana područja primjene	1	1	0
2.	Model jednostavne linearne regresije. Model višestruke linearne regresije. Specifikacija funkcionalne forme modela. Gauss-Markovljeve pretpostavke	2	2	0
3.	Pokazatelji kakvoće modela. Testiranje hipoteza (LR, Waldov i LM test). Ispunjavanje pretpostavki modela. Prognoziranje.	3	3	0
4.	Regresijski model s kvalitativnim varijablama. Model s nezavisnim kvalitativnim varijablama (binarna i kategorijalna varijabla). Model sa zavisnom kvalitativnom varijablom (logit, probit i tobit model).	2	2	0
5.	Analiza vremenskih nizova. Stacionarni i nestacionarni vremenski nizovi. ARIMA modeli.	2	2	0
6.	Analiza nestacionarnosti (UR test sa strukturnim lomom).	2	2	0

7.	Prividna regresija. Kointegracija. VAR model. Model korekcije pogreške. Inovacijska analiza.	1	3	0
8.	Analiza panel podataka. Prednosti i nedostaci. Primjena u ekonomskim analizama.	1	0	0
9.	Uvod u strukturno modeliranje. SEM modeli.	1	0	0
	UKUPNO SATI	**15**	**15**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Analiza financijskih izvještaja**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Lajoš Žager** **izv. prof. dr. sc. Iris Lončar**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik E-K5
Telefon	+385 20 445 924
e-mail	lzager@efzg.hr; iris.loncar@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Institucionalni i koncepcijski okvir financijskog izvještavanja • Endogeni i egzogeni utjecajni čimbenici na sustav financijskog izvještavanja • Sistematizacija osnovnih instrumenata i postupaka analize financijskih izvještaja • Vertikalna i horizontalna analiza financijskih izvještaja • Analiza sigurnosti poslovanja poduzeća temeljem financijskih pokazatelja likvidnosti, zaduženosti i aktivnosti • Analiza uspješnosti poslovanja poduzeća temeljem financijskih pokazatelja aktivnosti, ekonomičnosti i profitabilnosti • Utjecaj računovodstvenih politika i procjena na sigurnost i uspješnost poslovanja poduzeća • Lociranje problematičnih područja i predviđanje budućih kretanja temeljem rezultata analize financijskih izvještaja • Problem standardizacije financijskog izvještavanja i usporedivost okvira izvještavanja pri analizi • Sustav nefinancijskih pokazatelja kao dopuna pri analizi financijskih izvještaja • Uloga analize financijskih izvještaja u otkrivanju i preveniranju prijevara
Ishodi učenja kolegija
1. Objašnjenje i primjena osnovnih koncepata i načela analize financijskih izvještaja 2. Kritička analiza i interpretacija povezanosti financijskih izvještaja s financijskim pokazateljima koji iz njih proizlaze

3. Dizajniranje i provedba cjelovite analize temeljem raspoloživih financijskih izvještaja te na osnovu dobivenih rezultata izvođenje zaključaka o kvaliteti poslovanja 4. Dijagnosticiranje problema u poslovanju i predviđanje budućih kretanja 5. Temeljem sveukupnog stečenog znanja donošenje racionalnih odluka vezanih uz poslovanje, tj. gospodarska kretanja u cjelini, odnosno provođenje znanstvenih istraživanja u odnosnom području poslovne ekonomije	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☒ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Žager, K. et al., Analiza financijskih izvještaja: načela, postupci, slučajevi, HZRiFD, Zagreb, 2017.
2.	Gibson, C. H. , Financial Reporting and Analysis: Using Financial Accounting Information, South Western Cengage Learning, Mason, 2013.
3.	Bhattacharyya, A. K., Corporate Financial Reporting and Analysis, PHI Learning Pvt. Ltd., Delhi, 2018.
4.	Wahlen, J. M., Baginski, S. P. & Bradshaw, M., Financial Reporting, Financial Statement Analysis and Valuation: A Strategic Perspective, Cengage Learning, Boston, 2017.
Izborna literatura	
1.	Gulin, D. et al., Poslovno planiranje, kontrola i analiza; drugo, izmijenjeno i dopunjeno izdanje, HZRiFD, Zagreb, 2012.
2.	Miller-Nobles, T., Mattison, B. & Matsumura, E. M., Horngren's Financial & Managerial Accounting: The Financial Chapters; Sixth Edition, Pearson Education Ltd., Harlow, 2018.
3.	Melville, A., International Financial Reporting: A Practical Guide; Sixth Edition, Pearson Education Ltd., Harlow, 2017.
POPIS TEMA	

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Institucionalni i koncepcijski okvir financijskog izvještavanja Endogeni i egzogeni utjecajni čimbenici na sustav financijskog izvještavanja	1	1	0
2.	Sistematizacija osnovnih instrumenata i postupaka analize financijskih izvještaja	1	1	0
3.	Problem standardizacije financijskog izvještavanja i usporedivost okvira izvještavanja pri analizi	1	1	0
4.	Sustav nefinancijskih pokazatelja kao dopuna pri analizi financijskih izvještaja	1	1	0
5.	Utjecaj računovodstvenih politika i procjena na sigurnost i uspješnost poslovanja poduzeća	1	1	0
6.	Vertikalna i horizontalna analiza financijskih izvještaja s primjerima iz prakse	1	1	0
7.	Pokazatelji likvidnosti Pokazatelji zaduženosti Pokazatelji aktivnosti Analiza sigurnosti poslovanja poduzeća temeljem istaknutih financijskih pokazatelja	1	1	0
8.	Pokazatelji ekonomičnosti Pokazatelji profitabilnosti Analiza uspješnosti poslovanja poduzeća temeljem istaknutih financijskih pokazatelja	1	1	0
9.	Lociranje problematičnih područja i predviđanje budućih kretanja temeljem rezultata analize financijskih izvještaja	1	1	0
10.	Uloga analize financijskih izvještaja u otkrivanju i preveniranju prijevara	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Digitalna transformacija financijskog sektora**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Tonći Svilokos** **izv. prof. dr. sc. Meri Šuman Tolić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, E-K10
Telefon	+385 20 445 929
e-mail	tonci.svilokos@unidu.hr; meri.suman-tolic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Digitalna transformacija financijskog sustava (FinTech) prisutna je u svim domenama financijskog poslovanja. Stoga će se u okviru ovog kolegija obraditi sljedeće teme: • Digitalna transformacija u platnom prometu • Digitalna transformacija u sektoru osiguranja (InsurTech) • Suvremene tehnološke alternative zaduživanja • Digitalna transformacija u vođenju osobnih financija • Digitalna transformacija regulatornog okvira financijskog sustava (RegTech) • Digitalna transformacija tržišta kapitala • Blockchain tehnologija i kriptovalute • Digitalna transformacija investicijskog menadžmenta
Ishodi učenja kolegija
1. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati o najnovijim tehnološkim promjenama unutar suvremenog financijskog sustava 2. Analizom konkretnih primjera iz prakse moći će valorizirati tehnološke inovacije u financijskom sektoru 3. usporedbom trendova digitalne transformacije u različitim aspektima suvremenog financijskog sektora moći će kritički ocijeniti različita dostignuća, mogućnosti i ograničenja digitalne transformacije 4. Primijeniti najnovija financijska tehnološka rješenja u poslovanju i vođenju, kako osobnih, tako i poslovnih financija

5. kritički vrednovati utjecaj aktualnih trendova digitalne transformacije financijskog sustava na gospodarstvo u Republici Hrvatskoj i ostalim državama članicama EU	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Scardovi, Claudio, Digital Transformation in Financial Services, Springer, 2017.
Izborna literatura	
1.	Luigi Wewege, Michael C. Thomsett, The Digital Banking Revolution, DE GRUYTER, 2020.
2.	Perry H. Beaumont, Digital finance, Big Data, Start-ups, and the future of financial services, Routledge, 2020.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Digitalna transformacija u platnom prometu	1	1	0
2.	Digitalna transformacija u sektoru osiguranja (InsurTech)	1	1	0
3.	Suvremene tehnološke alternative zaduživanja	1	1	0

4.	Digitalna transformacija u vođenju osobnih financija	1	1	0
5.	Digitalna transformacija regulatornog okvira financijskog sustava (RegTech)	1	1	0
6.	Digitalna transformacija tržišta kapitala	2	2	0
7.	Blockchain tehnologija i kriptovalute	2	2	0
8.	Digitalna transformacija investicijskog menadžmenta	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Digitalni poslovni modeli**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mario Spremić** **prof. dr. sc. Božidar Jaković**
Zgrada, kabinet	;
Telefon	;
e-mail	mspremic@net.efzg.hr; bjakovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Cilj ovog predmeta je: • upoznati studente s najnovijim trendovima u funkcioniranju poslovnih modela u dinamičkom (digitalnom) poslovnom okruženju. • Intenzivna primjena osnovnih i naprednih digitalnih tehnologija omogućuje promjene načina i modela poslovanja, stvarajući pretpostavke za promjene postojećih i stvaranje novih poslovnih modela. Inovativni poslovni modeli se gotovo u potpunosti oslanjanju na informacijsku i digitalnu infrastrukturu, pa će se u predmetu koristiti holistički pristup u objašnjavanju i analizi tehnoloških, društvenih i organizacijskih aspekata promjene poslovnih modela. • Navedeno će se obraditi u kontekstu znanstvenih istraživanja iz područja poslovne ekonomije, a prezentirat će se istraživački okviri koji su relevantni u području digitalnih poslovnih modela. • Obradit će se pojam inovativnog i digitalnog poslovnog modela koji podrazumijeva integraciju 'isturene' digitalne tehnologije i 'pozadinskog', primjereno oblikovanog i logički zamišljenog modela poslovanja.
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati komponente poslovnog modela i kritički analizirati utjecaj čimbenika promjene i inoviranja poslovnog modela na uspješno upravljanje poslovanjem i bolje poslovne rezultate 2. Kritički ocijeniti primjenu teorijskih okvira digitalnih poslovnih modela u kontekstu istraživačkog rada

3. Primijeniti znanja o okvirima i metodama kojima se pomoću digitalnih tehnologija provode promjene poslovnog modela 4. Kritički razmišljati o djelokrugu, dosegu i načinima inoviranja poslovnog modela uz pomoć digitalnih tehnologija 5. Vrednovati utjecaj aktualnih trendova digitalne ekonomije na potrebu i prilike za provođenje promjena poslovnog modela u kontekstu znanstvenog istraživanja iz područja poslovne ekonomije 6. Analizirati postojeći poslovni model, procijeniti učinke i uočiti mogućnosti poboljšanja i inoviranja uz pomoć digitalnih tehnologija, odabrati i argumentirati strategiju promjene 7. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati plan inoviranja poslovnog modela

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☐ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Loebbecke, C., Picot, A., Reflection on societal and business model transformation arising from digitization and Big Data analytics: A research agenda, Journal of Strategic Information Systems Vol. 24, 2015, p.p. 149-157.
2.	Härting, R.C. Reichstein, C., Schad, M. , Potentials of Digital Business Models – Empirical investigation of data driven impacts in industry, Procedia Computer Science 126 , 2018, p.p. 1495-1506.
3.	Ibarra, D., Ganzarain, J., Igartua, J.I., Business model innovation through Industry 4.0, a review, Procedia Manufacturing 22, 2018, p.p. 4-10.
4.	Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen, Henning Kagermann , Reinventing Your Business Model, Harvard Business Review, Summer, 1996, p.p. 57-66.
5.	Teece, D.J., Business models, business strategy and innovation, Long Range Plan. 43, 2010, p.p. 172-194.
6.	Ritter, T., Lettl, C., The wider implications of business-model research, Long Range Planning 51 , 2018, p.p. 1-8.
Izborna literatura	

1.	Venkatraman N. , Strategic alignment: leveraging information technology for transforming organizations, IBM Syst J 32(1), 1993, p.p. 4-16.
2.	Pejić Bach, M., Spremić, M., & Suša Vugec, D. , Integrating Digital Transformation Strategies into Firms: Values, Routes and Best Practice Examples. In Management and Technological Challenges in the Digital Age, Taylor & Francis Group: CRC press.Henderson JC, 2018.
3.	Kane, G.C., Palmer, D., Philips, A.N., Kiron, D. and Buckley, N. , Aligning the Organization for Its Digital Future, MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press, 2016.
4.	Spremić, M. , Digitalna transformacija poslovanja, Ekonomski fakultet Zagreb, 2017.
5.	Casadesus-Masanell, R., Tarzij_an, J., When one business model isn't enough. Harv. Bus., Rev. 90 (1), 132e137., 2012.
6.	Massa, L., Tucci, C.L., Afuah, A. , A critical assessment of business model research, Acad. Manag. Ann. 11 (1), 2017, p.p. 73-104.
7.	Massa, L., Tucci, C.L., Business model innovation, In: Dodgson, M., Gann, D.M., Phillips, N. (Eds.), The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford University Press, Oxford, 2013, p.p. 420-439.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Koncept digitalnog poslovnog modela. Najvažnije komponente i okviri za analizu, najvažniji istraživački pravci. Rasprava o najvažnijim metodama i pravcima istraživanja	5	0	0
2.	Tehnološki, poslovni, organizacijski i ostali čimbenici uspjeha digitalnih poslovnih modela. Pregled studija slučaja i diskusija	5	0	0
3.	Pregled najvažnijih istraživanja i istraživačkih okvira u području digitalnih poslovnih modela	0	5	0
4.	Objašnjenje okvira i metoda za analizu digitalnih poslovnih modela. Istraživački pravci	0	5	0
5.	Čimbenici uspjeha digitalnih poslovnih modela, pregled istraživanja, studije slučajeva, rasprava	5	0	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi

putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Ekonomija dijeljenja u turizmu**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Iris Mihajlović** **izv. prof. dr. sc. Danijela Ferjanić Hodak**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, EK-11
Telefon	+385 20 445 930
e-mail	iris.mihajlovic@unidu.hr; dferjanic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
1. Teoretski okvir ekonomije dijeljenja, društveno-ekonomski aspekti kao pretpostavke za definiranje koncepta i modela 2. Multisektorski pristup ekonomiji dijeljenja 3. Izazovi u poslovnom okruženju - pokretački primjene poslovnih modela 4. Društveni peeer-to-peer procesi 5. Interaktivnost i kreiranje vrijednosti za korisnike, inovativni alati 6. Utjecaj ekonomije dijeljenja na gospodarstvo i okoliš 7. Primjena ekonomije dijeljenja u ugostiteljstvu – izazovi i trendovi, razvoj, učinci 8. Primjena ekonomije dijeljenja u prometu– izazovi i trendovi, razvoj, učinci 9. Primjena ekonomije dijeljenja u turističkom posredništvu – izazovi i trendovi, razvoj, učinci 10. Budućnost ekonomije dijeljenja u turizmu	
Ishodi učenja kolegija	
1. steći kompetencije individualnog pristupa rješavanja problema u promjenjivim uvjetima poslovanja 2. steći kompetencije u domeni kreiranja vrijednosti za potrošače 3. steći kompetencije za primjenu integriranih znanja u domeni ekonomije dijeljenja 4. vrednovati učinkovitost ekonomije dijeljenja u domeni turističkog posredovanja, prometa i ugostiteljstva	

5. razviti analitički pristup procjeni efikasnosti inovativnih alata 6. procijeniti efiksnost inovativnih alata u domeni ugostiteljstva, turističkog posredovanja i prometa

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Aigrain, P., Sharing: Culture and the Economy in the Internet Age, Amsterdam University Press., 2012.
2.	Belk, R., You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online, Journal of Business Research, 67(8): 1595-1600, 2014, p.p. 1595-1600.
3.	Botsman, R. and Rodgers, R., What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live., London: Collins., 2011.
4.	Cherry, C. E. and Pidgeon, N. F., Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy, Journal of Cleaner Production, 195:939-948. , 2018, p.p. 939-948.
5.	Cheng, M., Sharing economy: A review and agenda for future research, International Journal of Hospitality Management (57): 60 – 70., 2016, p.p. 60-70.
6.	Dredge, D. and Gyimóthy, S., eds. , The Collaborative Economy and Tourism - Perspectives, Politics, Policies and Prospects, Copenhagen SV: Springer, 2017.
7.	Pekarskaya, M. , Sharing Economy and Socio-Economic Transitions: An Application of the Multi-Level Perspective on a Case Study of Carpooling in the USA (1970–2010), Lund University: Lund, Sweden., 2015.
8.	Ranjbari, M., Morales-Alonso, G. Carrasco - Gallego, R. , Conceptualizing the Sharing Economy through Presenting a Comprehensive Framework , Sustainability 10 (7): 2 -24, 2018, p.p. 2-24.
9.	Sutherland, W. and Jarrahi, M. H. , The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda,, International Journal of Information Management (43): 328-341 , 2018, p.p. 328-341.

10.	Sundararajan, A., The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism. , Cambridge and London: The MIT Press., 2016.
Izborna literatura	
1.	Fang, B. Ye, Q. Law, R. , Effect of sharing economy on tourism industry employment, Annals of Tourism Research 57:247 – 278., 2016, p.p. 247-278.
2.	Dredge, D. and Gyimóthy, S., The collaborative economy: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices, Tourism Recreation Research, 40 (3):286 – 302., 2017, p.p. 286-302.
3.	Frenken, K., Schor, J., Putting the sharing economy into perspective, Environmental Innovation and Societal Transitions 23 3–1, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Teoretski okvir ekonomije dijeljenja, društveno-ekonomski aspekti kao pretpostavke za definiranje koncepta i modela	1	1	0
2.	Multisektorski pristup ekonomiji dijeljenja	1	1	0
3.	Izazovi u poslovnom okruženju - pokretači primjene poslovnih modela	1	1	0
4.	Društveni peeer-to-peer procesi	1	1	0
5.	Interaktivnost i kreiranje vrijednosti za korisnike, inovativni alati	1	1	0
6.	Utjecaj ekonomije dijeljenja na gospodarstvo i okoliš	1	1	0
7.	Primjena ekonomije dijeljenja u ugostiteljstvu – izazovi i trendovi, razvoj, učinci	1	1	0
8.	Primjena ekonomije dijeljenja u ugostiteljstvu – izazovi i trendovi, razvoj, učinci	1	1	0
9.	Primjena ekonomije dijeljenja u turističkom posredništvu – izazovi i trendovi, razvoj, učinci	1	1	0

10.	Budućnost ekonomije dijeljenja u turizmu	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Ekonomika upravljanja turističkom destinacijom**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Oliver Kesar** **izv. prof. dr. sc. Ana Portolan**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-4
Telefon	+385 20 445 923
e-mail	okesar@efzg.hr; ana.portolan@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
1. Pristup kolegiju i razgraničenje ključnih pojmova. 2. Konceptualizacija turističke destinacije kao sustava i uspostavljanje destinacijskog menadžmenta. 3. Odrednice turističke potražnje i turističke ponude na razini turističke destinacije. 4. Faze planiranja razvoja turističke destinacije i pripadajući planski dokumenti. 5. Ciljevi i nositelji razvoja turističke destinacije. 6. Uloga lokalne društvene zajednice u organizaciji i upravljanju turističkom destinacijom. 7. Životni ciklus turističke destinacije i indikatori praćenja razvoja turističke destinacije. 8. Kapacitet nosivosti turističkih resursa i odrednice održivog razvoja turističke destinacije. 9. Strateški razvojni pravci i razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda na razini turističke destinacije. 10. Segmentacija tržišta, strateško pozicioniranje, izgradnja imidža i brendiranje turističke destinacije. 11. Primjena suvremenih tehnologija u upravljanju turističkom destinacijom. 12. Ocjena isplativosti razvojnih projekata na razini turističke destinacije. 13. Upravljanje konkurentnošću turističke destinacije. 14. Evaluacija i monitoring upravljanja turističkom destinacijom. 15. Krizni destinacijski menadžment.
Ishodi učenja kolegija

1. Razumjeti osnovu funkcioniranja i posebnosti upravljanja turističkom destinacijom kao sustavom. 2. Primijeniti stečeno znanje pri odabiru optimalnog modela upravljanja turističkom destinacijom i njenom konkurentnošću. 3. Definirati i kritički analizirati kretanje indikatora razvoja turističke destinacije. 4. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati strateške odrednice upravljanja turističkom destinacijom. 5. Kritički promišljati o posljedicama i sanaciji šteta nastalih neadekvatnim upravljanjem turističkom destinacijom. 6. Predložiti model upravljanja destinacijom u kriznoj situaciji.	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z , Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018.
2.	Petrić, L., Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa, Ekonomski fakultet,Split, 2011.
3.	Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici, Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
Izborna literatura	
1.	Vanhove, N., The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice, London: Routledge., 2018.
2.	Candela, G., Figini, P., The Economics of Tourism Destination, Springer, Bologna, 2012.
3.	Morrison, A. M., Marketing and Managing Tourism Destinations, Routledge, Oxon, 2013.
4.	World Tourism Organization, A Practical Guide to Tourism Destination Management, World Tourism Organization, Madrid, 2007.
5.	Čorak, S., Trezner, Ž. (ur.), Destinacijske menadžment kompanije DMK: Priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb, 2014.
6.	Horwath HTL, Operativni priručnik za primjenu modela destinacijske menadžment organizacije (DMO), Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, Zagreb, 2013.

POPIS TEMA				
Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**		
		P	**V**	**S**
1.	Pristup kolegiju i razgraničenje ključnih pojmova.	1	0	0
2.	Konceptualizacija turističke destinacije kao sustava i uspostavljanje destinacijskog menadžmenta.	1	1	0
3.	Odrednice turističke potražnje i turističke ponude na razini turističke destinacije.	1	1	0
4.	Faze planiranja razvoja turističke destinacije i pripadajući planski dokumenti.	1	0	0
5.	Ciljevi i nositelji razvoja turističke destinacije.	1	1	0
6.	Uloga lokalne društvene zajednice u organizaciji i upravljanju turističkom destinacijom.	1	1	0
7.	Životni ciklus turističke destinacije i indikatori praćenja razvoja turističke destinacije.	1	1	0
8.	Kapacitet nosivosti turističkih resursa i odrednice održivog razvoja turističke destinacije.	1	1	0
9.	Strateški razvojni pravci i razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda na razini turističke destinacije.	1	1	0
10.	Segmentacija tržišta, strateško pozicioniranje, izgradnja imidža i brendiranje turističke destinacije.	1	1	0
11.	Primjena suvremenih tehnologija u upravljanju turističkom destinacijom.	1	0	0
12.	Ocjena isplativosti razvojnih projekata na razini turističke destinacije.	1	0	0

13.	Upravljanje konkurentnošću turističke destinacije.	1	1	0
14.	Evaluacija i monitoring upravljanja turističkom destinacijom.	1	0	0
15.	Krizni destinacijski menadžment.	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Ekonomska valorizacija kulturno povijesne baštine u digitalnom okruženju**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Marija Benić Penava** **izv. prof. dr. sc. Antonio Vlahov**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik E - K8
Telefon	+385 20 445 927
e-mail	marija.benic-penava@unidu.hr; avlahov@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
1. Važnost kulturno-povijesne baštine za razvoj turizma destinacija. 2. Valorizacija baštine u funkciji razvoja lokalnih zajednica. 3. UNESCO i svjetska kulturno-povijesna baština. 4. Riznica hrvatske baštine. 5. Revitalizacija i očuvanje kulturno-povijesne baštine. 6. Modeli upravljanja kulturno-povijesnom baštinom. 7. Valorizacija baštine kroz stvaranje novih turističkih proizvoda. 8. Primjena tehnologije u interpretaciji baštine i stvaranju doživljaja turista.
Ishodi učenja kolegija
1. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati teorijske spoznaje o ekonomskoj valorizaciji kulturno povijesne baštine 2. usporediti i kritički promišljati primjere turističke valorizacije kulturne baštine 3. primijeniti znanja o modelima upravljanja kulturno-povijesnom baštinom i njihovu provedbu putem informacijskih i digitalnih tehnologija

4. vrednovati utjecaj riznice hrvatske baštine na potrebe i prilike stvaranja novih turističkih proizvoda
5. prezentirati i kritički argumentirati strateški plan upravljanja kulturno-povijesnom baštinom u turizmu

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☒ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☒ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Managing Cultural Heritage, World Heritage Resource Manual, United Nations Educational, Scientific and Cultura, 2013.
2.	Antolović, J., Menadžment u kulturi, Hadrian, 2013.
3.	Antolović, J., Zaštita i očuvanje kulturnih dobara, Hadrian, 2009.
Izborna literatura	
1.	World heritage sites in Croatia, Ministry of Culture of the Republic of Croatia, 2018.
2.	Jelinčić, D. A., Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedi, 2009.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Uvodno predavanje, pregled najvažnijih izvora i literature.	1	1	0
2.	Važnost kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma u prošlosti.	1	1	0

3.	Valorizacija baštine u funkciji razvoja lokalnih zajednica.	1	1	0
4.	UNESCO i svjetska kulturno-povijesna baština.	1	1	0
5.	Riznica hrvatske baštine.	1	1	0
6.	Revitalizacija i očuvanje kulturno-povijesne baštine.	1	1	0
7.	Modeli upravljanja kulturno-povijesnom baštinom.	1	1	0
8.	Valorizacija baštine kroz stvaranje novih turističkih proizvoda.	1	1	0
9.	Primjena tehnologije u interpretaciji baštine i stvaranju doživljaja turista.	1	1	0
10.	Zaključna razmatranja.	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Financijski menadžment u digitalnoj ekonomiji**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Anita Pavković** **izv. prof. dr. sc. Iris Lončar**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-5
Telefon	+385 20 445 924
e-mail	apavkovic3@net.efzg.hr; iris.loncar@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Bankocentrični i tržišnobazirani financijski sustavi, karakteristični financijskitokovi u gospodarstvu • Suvremene pojave i trendovi u financijama, interdisciplinarnost i intradisciplinarnost financijskog menadžmenta • Analiza vrijednosti i upravljanje financijskim i realnim investicijama • Upravljanje dugovnim i vlasničkim portfoliom, "klasični" i izvedeni vrijednosni papiri ("složene izvedenice") kao suvremeni financijski instrumenti • Suvremeni oblici financiranja (venture capital, crowdfunding…) • Teorijski i praktični osvrt na ciljanu strukturu kapitala • Mjerenje uspješnosti financijskih institucija i tržišta • Reforma regulatorne i supervizorske infrastrukture u Europskoj Uniji i Hrvatskoj • Sekuritizacija i strukturno financiranje • Financijske institucije, tehnike i usluge u digitalnoj ekonomiji
Ishodi učenja kolegija
1. Razumijevanje, interpretiranje i kritičko promatranje teorije i modela u području financijske servisne industrije 2. Osposobljavanje za znanstveno istraživačke procese samostalno ili u sklopu znanstveno – istraživačkih skupina u području financija 3. Razumijevanje i praktična primjena naprednih analitičkih metoda u istraživanju iz područja društvenih

znanosti
4. Samostalno istraživanje problema u području poslovne ekonomije i digitalne transformacije u najširem smislu te objavljivanje izvornih rezultata istraživanja
5. Kritička analiza, evaluacija i sinteza novih istraživačkih ideja u području financija i digitalnog poslovanja

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☒ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Brigham, E. F. & Houston, J. F., Fundamentals of Financial Management, 13th Edition, South-Western Cengage Learning, USA, 2013.
2.	Ushakov, D. , Global Trends of Modernization in Budgeting and Finance, IGI Global, USA, 2019.
3.	Baker, H. K. & Martin, G. S. , Capital Structure and Corporate Financing Decisions: Theory, Evidence and Practice, John Wiley & Sons, Inc. New Jersey, 2011.
4.	Orsag, S. & Dedi, L., Budžetiranje kapitala: Procjena investicijskih projekata, Masmedia, Zagreb, 2011.
5.	Rose, P. S. & Hudgins, S. C., Upravljanje bankama i financijske usluge, 8. izdanje, odabrana poglavlja, MATE d.o.o., Zagreb, 2015.
6.	Greuning, H. & Brajovic Bratanovic, S. , Analiza i upravljanje bankovnim rizicima: Pristupi za ocjenu organizacije upravljanja rizicima i izloženosti financijskom riziku, 2. izdanje, odabrana poglavlja., Mate d.o.o., Zagreb, 2006.
Izborna literatura	
1.	Culp, C. L., The ART of Risk Management: Alternative Risk Transfer, Capital Structure and the Convergence of Insurance and Capital Markets, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002.
2.	Vassallo, W., Crowdfunding for Sustainable Entrepreneurship and Innovation, IGI Global, USA, 2017.
3.	Vinturella, J. B. & Erickson, S. M., Raising Entrepreneurial Capital, 2nd Edition, Elsevier Inc., London, 2013.

4.	Armour, J. et al., Principles of Financial Regulation, odabrana poglavlja, Oxford University Press, Oxford, 2016.
5.	Nicoletti, B. , The Future of Fintech: Integrating Finance and Technology in Financial Services, odabrana poglavlja, Palgrave Macmillan, Cham, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Bankocentrični i tržišno bazirani financijski sustavi Karakteristični financijski tokovi u gospodarstvu	1	1	0
2.	Suvremene pojave i trendovi u financijama Interdisciplinarnost i intradisciplinarnost financijskog menadžmenta	1	1	0
3.	Analiza vrijednosti i upravljanje financijskim i realnim investicijama	1	1	0
4.	Teorijski i praktični osvrt na ciljanu strukturu kapitala	1	1	0
5.	Upravljanje dugovnim i vlasničkim portfoliom "Klasični" i izvedeni vrijednosni papiri ("složene izvedenice") kao suvremeni financijski instrumenti	1	1	0
6.	Suvremeni oblici financiranja (venture capital, crowdfunding…)	1	1	0
7.	Sekuritizacija i strukturno financiranje	1	1	0
8.	Financijske institucije, tehnike i usluge u digitalnoj ekonomiji	1	1	0
9.	Mjerenje uspješnosti financijskih institucija i tržišta	1	1	0
10.	Reforma regulatorne i supervizorske infrastrukture u Europskoj Uniji i Hrvatskoj	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Industrijska politika i globalizacija**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Lorena Škuflić** **izv. prof. dr. sc. Marija Bečić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6 - II kat
Telefon	+385 20 445 932
e-mail	lskuflic@net.efzg.hr; marija.becic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• TEMELJNA OBILJEŽJA SUVREMENE INDUSTRIJSKE POLITIKE o Teorijske osnove suvremene industrijske politike; Ograničenja industrijskog rasta i razvoja; Proizvodno-prostorni pristup; Nova strukturna ekonomija; Neo-Schumpeterijanski pristup; Evolucionaristički pogled na industrijsku politiku; Politike pametne specijalizacije; • UPRAVLJANJE EKONOMSKOM POLITIKOM o dizajn, upravljanje i evaluacija ekonomske politike; međuovisnost ekonomskih politika i pristup matrice ekonomske politike; usklađenost i koordinacija kao preduvjeti učinkovitosti ekonomskih politika • PROMJENE POSLOVNIH MODELA I INDUSTRIJSKA POLITIKA o mrežni učinci i dvostrane platforme; koncept mreže i platformi; pozitivni i negativni učinci mreže; ekonomsko blagostanje i platforme; tržišna moć, cjenovna diskriminacija i platforme; konkurencija među platformama; • LOKALNA DIMENZIJA INDUSTRIJSKOG RAZVOJA o sustavni pristup industrijskom razvoju; aglomeracijske eksternalije i društveni kapital; regionalni inovacijski sustavi; klasteri industrija; industrijski distrikti; industrijska politika u lokalnom i regionalnom kontekstu • IZRAVNE STRANE INVESTICIJE KAO POKRETAČ INDUSTRIJSKOG RAZVOJA o oblici izravnih stranih ulaganja; motivi ulaganja inozemnih investitora; OLI paradigma; transfer znanja, tehnologije i vještina kroz inozemna ulaganja; absorpcijski kapacitet; politike privlačenja inozemnih investitora • GLOBALNI LANCI DODANE VRIJEDNOSTI I GLOBALNE PROIZVODNE MREŽE o pojam globalnog lanca dodane vrijednosti i

globalne proizvodne mreže; segmentacija proizvodnje u uvjetima globalizacije; globalni lanci dodane vrijednosti kao alat za tehnološko sustizanje; strategije ulaska u međunarodne proizvodne tijekove; životni vijek industrija i mogućnosti ulaska; industrijske politike za maksimiziranje koristi globalnog lanca dodane vrijednosti • INDUSTRIJSKA POLITIKA EU o Suvremena industrijska politika EU; Strategije reindustrijalizacije; Industrijska politika i Industrija 4.0; Mogućnosti tradicionalnih mjera industrijske politike u uvjetima četvrte industrijske revolucije; Učinkovitost izravnih stranih investicija, globalnih lanaca dodane vrijednosti u poticanju industrijskog rasta i razvoja
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti temelje suvremene industrijske politike 2. Analizirati i kritički evaluirati međuovisnosti u globalnom proizvodnom sustavu 3. Analizirati i interpretirati ključne pokretače tehnološke promjene, inovacija i rasta u globaliziranom gospodarstvu 4. Primijeniti znanja o metodama i okvirima za formuliranje i evaluaciju industrijske politike 5. Kritički promišljati o djelokrugu, dosegu i načinima provođenja industrijske politike u uvjetima globalizacije i četvrte industrijske revolucije 6. Razumjeti značaj usklađenosti i koordinacije ekonomskih politika za učinkovitost industrijske politike

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Martin, S., Industrial Organization in Context , Oxford University Press, 2010.
2.	Stiglitz, J. and Lin, J.Y., The Industrial Policy Revolution I-II, Palgrave, 2013.
3.	Milberg, W. and D. Winkler, Outsourcing economics. Global value chains and capitalist development, Cambridge University Press, 2013.
4.	Cimoli, M. et al (eds). , Industrial Policy and Development, Oxford University Press, 2009.
5.	Lipczynski, J., Wilson, J. and J. Goddard , Industrial Organisation: Competition, Strategy and Policy (4th ed.), Prentice-Hall., 2013.

6.	Lin, J. Y., New Structural Economics; A Framework for Rethinking Development and Policy, World Bank, 2012.
7.	Lee. K., Schumpeterian Analysis of Economic Catch – Up, Cambridge University Press, 2015.
Izborna literatura	

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Teorijske osnove suvremene industrijske politike; Ograničenja industrijskog rasta i razvoja; Proizvodno-prostorni pristup	1	0	0
2.	Nova strukturna ekonomija; Neo-Schumpeterijanski pristup	1	1	0
3.	Evolucionaristički pogled na industrijsku politiku; Politike pametne specijalizacije	1	1	0
4.	Dizajn, upravljanje i evaluacija ekonomske politike; međuovisnost ekonomskih politika i pristup matrice ekonomske politike; usklađenost i koordinacija kao preduvjeti učinkovitosti ekonomskih politika	1	1	0
5.	Mrežni učinci i dvostrane platforme; koncept mreže i platformi; pozitivni i negativni učinci mreže; ekonomsko blagostanje i platforme; tržišna moć, cjenovna diskriminacija i platforme; konkurencija među platformama	1	1	0
6.	Sustavni pristup industrijskom razvoju; aglomeracijske eksternalije i društveni kapital	1	1	0
7.	Regionalni inovacijski sustavi; klasteri industrija; industrijski distrikti; industrijska politika u lokalnom i regionalnom kontekstu	1	1	0
8.	Oblici izravnih stranih ulaganja; motivi ulaganja inozemnih investitora; OLI paradigma	1	0	0
9.	Transfer znanja, tehnologije i vještina kroz inozemna ulaganja; absorpcijski kapacitet; politike privlačenja inozemnih investitora	1	1	0
10.	Pojam globalnog lanca dodane vrijednosti i globalne proizvodne mreže; segmentacija proizvodnje u uvjetima globalizacije	1	0	0

11.	Globalni lanci dodane vrijednosti kao alat za tehnološko sustizanje; strategije ulaska u međunarodne proizvodne tijekove	1	1	0
12.	Životni vijek industrija i mogućnosti ulaska; industrijske politike za maksimiziranje koristi globalnog lanca dodane vrijednosti	1	0	0
13.	Suvremena industrijska politika EU; Strategije reindustrijalizacije	1	1	0
14.	Industrijska politika i Industrija 4.0; Mogućnosti tradicionalnih mjera industrijske politike u uvjetima četvrte industrijske revolucije	1	0	0
15.	Učinkovitost izravnih stranih investicija, globalnih lanaca dodane vrijednosti u poticanju industrijskog rasta i razvoja	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Inovacije, tehnologija i industrijska politika**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Nebojša Stojčić** **izv. prof. dr. sc. Tomislav Herceg**
Zgrada, kabinet	Rektorat, Branitelja Dubrovnika 41, Dubrovnik
Telefon	+385 20 445 858
e-mail	nebojsa.stojcic@unidu.hr; therceg@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• TEHNOLOGIJA I TEHNOLOŠKE PROMJENE o Evolucionaristički pristup ekonomiji; Neo-schumpeterijanski pristup tehnologiji; Nova strukturna ekonomija; Tehnološke paradigme; Tehnološki ciklusi; Valovi industrijske evolucije; • KONCEPT INOVACIJA o Obrasci industrijskih inovacija i stupanj gospodarskog razvoja; Ponuda (pull) i potražnja (push) kao izvori inovacija; Koncept otvorenih inovacija; Difuzija inovacija • DISRUPTIVNE INOVACIJE o Tehnološke kompetencije; Tehnološka inercija; Schumpeterijanski koncept poduzeća; Start-upovi, Spin – off poduzeća i inovacije; Suradnja znanosti i gospodarstva u razvoju inovacija; • UPRAVLJANJE TEHNOLOŠKIM PROMJENAMA o Dinamička priroda tehnoloških kompetencija; Mjerenje dinamičkih kompetencija; Komplementarnost resursa i absorpcijskih kapacitet; • JAVNE TEHNOLOŠKE I INOVACIJSKE POLITIKE o Inovacijski sustavi i institucije; Tržišni nedostaci i tehnologija; Javne potpore tehnološkom razvoju i inovacijama • EKONOMSKO SUSTIZANJE I TEHNOLOŠKE PRILIKE o Koncept tehnološkog sustizanja; Obrasci tehnološkog sustizanja; Gradualni obrazac sustizanja; Disruptivne tehnologije i tehnološko sustizanje; Tehnološki prozori prilika; Životni ciklus industrija i mogućnosti sustizanja • TEHNOLOŠKA I INOVACIJSKA POLITIKA U EU o Evolucija tehnološke i inovacijske politike u EU; Teorijske osnove tehnološke i inovacijske politike u EU. Industrijska politika na razini zemalja članica; pametna specijalizacija; Industrija 4.0	

Ishodi učenja kolegija

1. Razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati koncept tehnološke promjene i kritički analizirati utjecaj tehnološke promjene na poslovanje poduzeća, industrijski razvoj i gospodarski razvoj u cjelini
2. Kritički ocijeniti primjenu teorijskih okvira tehnološke promjene i inovacija u kontekstu istraživačkog rada
3. Primijeniti znanja o metodama i okvirima kojima se pomoću inovacijskih i tehnoloških politika stvaraju preduvjeti za proces ekonomskog sustizanja
4. Kritički razmišljati o djelokrugu, dosegu i načinima poslovanja u uvjetima disruptivne tehnološke promjene
5. Vrednovati utjecaj javnih ekonomskih politika na poslovanje poduzeća, industrijski, regionalni i nacionalni razvoj u uvjetima tehnološke promjene
6. Analizirati industrijske cikluse i druga obilježja, procijeniti mogućnosti tehnološkog sustizanja i uočiti mogućnosti poboljšanja poslovanja poduzeća kroz razvoj inovacija
7. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati javne politike u području tehnologije i inovacija

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☐ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☒ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Dosi G., Technological paradigms and technological trajectories., Research Policy, 11, 1982, p.p. 147-162.
2.	Abernathy WJ, Utterback JM., Patterns of Industrial Innovation, Technology Review, June-July, 1978, p.p. 40-47.
3.	Di Stefano G., Gambardella A., Verona G., Technology push and demand pull perspectives in innovation studies: Current findings and future research directions, Research Policy 41, 1978, p.p. 1283-1295.

4.	Nelson R.R. et al, Modern evolutionary economics: an Overview Cambridge , University Press , 2018.
5.	Hall B. Rosenberg N., Handbook of the Economics of Innovation , Elsevier , 2010.
6.	Helfat C. Campo Redondo M., Integrative capabilities, vertical integration and innovation over successive technology lifecycles, Organization Science, 27, 2017, p.p. 249-264.
7.	Czarnistzi D. and Delanote J. , Young Innovative Companies: the new high-growth firms?, Industrial and Corporate Change, 2013, p.p. 1315-1340.
8.	Adams P. Fontana R. Malerba F. , User-industry spinouts: downstream knowledge as a source of new firm entry and survival , Organization Science 27, 1, 2016, p.p. 18-35.
9.	Kim J. and Lee C. Y., Technological regimes and firm survival , Research Policy 45, 2016, p.p. 232-243.
10.	Moeen M. and Agarwal R. , Incubation of an Industry: Heterogeneous Knowledge Bases and Modes of Value Capture , Strategic Management Journal 38, 2016, p.p. 566-587.
11.	Malerba F., Nelson R., Orsenigo L., Winter S., Innovation and industry evolution, Cambridge University Press, 2016.
12.	Baldwin C. Von Hippel E., Modeling a Paradigm Shift: From Producer Innovation to User and Open Collaborative Innovation , Management Science , 2011, p.p. 1399-1417.
13.	Geroski P., Models of technology diffusion, Research Policy 29, 2000, p.p. 4-5.
14.	Aharonson B. Schilling M., Mapping the technological landscape: measuring technology distance, technological footprint and technology evolution , Research Policy 45, 2016, p.p. 81-96.
15.	Malerba F. Adams P., Sectoral systems of innovation" in Dodgson M. Gann D. Phillips N. The Oxford Handbook of Innovation Management, Oxford University Press , 2014, p.p. 183-203.
16.	Lee K. and Malerba F., Economic Catch-up by Latecomers in Richard Nelson et al. Modern evolutionary economics: an Overview., Cambridge University Press , 2018.
17.	Landini F, Lee K., Malerba F., A history-friendly model of the successive changes in industrial leadership and the catch-up by latecomers, Research Policy 41, 2, 2017, p.p. 431-446.
18.	Lee K. , Schumpeterian analyses of economic catch up, Cambridge University Press, Ch. 3 and Ch.5, 2013.
19.	Hidalgo C.A., Klinger B. Barabasi A. Hausmann R., The product space conditions and the development of nations, Science 27, 317, 2007, p.p. 428-487.
20.	Lee K., Malerba F. , Toward a theory of catch-up cycles: Windows of opportunity in the evolution of sectoral systems, Research Policy 41, 2, 2017, p.p. 338-351.
21.	Bleda M. Del Rio P, The market failure and the system failure rationale in technological innovation, Research Policy 42, 2013, p.p. 1035-1052.
Izborna literatura	
1.	von Hippel, E., The dominant role of users in the scientific instrument innovation process, Research Policy, 5 (3), 1976, p.p. 212-239.
2.	Henderson R, Clark KB. , Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms, Administrative Science Quarterly 35, 2021, p.p. 9-30.
3.	Benner MJ., Securities Analysts and Incumbent Response to Radical Technological Change: Evidence from Digital Photography and Internet Telephony, Organization Science 21 (1), 2010, p.p. 42-62.

4.	Tripsas M, Gavetti G. , Capabilities, Cognition, and Inertia: Evidence from Digital Imaging. , Strategic Management Journal, 21 (10/11), 2000, p.p. 1147-1161.
5.	Peteraf M., Di Stefano G., Verona G. , The elephant in the room of dynamic capabilities: Bringing two diverging conversations togethe, Strategic Management Journal, 34(12), 2013, p.p. 1389-1410.
6.	Teece DJ., Explicating dynamic capabilities: The nature and micro foundations of (sustainable) enterprise performance, Strategic Management Journal, 28 (13), 2007, p.p. 1319-1350.
7.	Cohen WM, Levinthal DA. , Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation, Administrative Science Quarterly, 35, 1990, p.p. 128-152.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Evolucionaristički pristup ekonomiji; Neo-schumpeterijanski pristup tehnologiji	1	1	0
2.	Nova strukturna ekonomija; Tehnološke paradigme; Tehnološki ciklusi; Valovi industrijske evolucije	1	1	0
3.	Obrasci industrijskih inovacija i stupanj gospodarskog razvoja; Ponuda (pull) i potražnja (push) kao izvori inovacija;	1	1	0
4.	Koncept otvorenih inovacija; Difuzija inovacija	1	1	0
5.	Tehnološke kompetencije; Tehnološka inercija; Schumpeterijanski koncept poduzeća	1	1	0
6.	Start-upovi, Spin – off poduzeća i inovacije; Suradnja znanosti i gospodarstva u razvoju inovacija	1	1	0
7.	Dinamička priroda tehnoloških kompetencija; Mjerenje dinamičkih kompetencija; Komplementarnost resursa i absorpcijski kapacitet;	1	1	0
8.	Inovacijski sustavi i institucije; Tržišni nedostaci i tehnologija; Javne potpore tehnološkom razvoju i inovacijama	1	1	0
9.	Javne potpore tehnološkom razvoju i inovacijama	1	1	0

10.	Koncept tehnološkog sustizanja; Obrasci tehnološkog sustizanja; Gradualni obrazac sustizanja;	1	1	0
11.	Disruptivne tehnologije i tehnološko sustizanje;	1	0	0
12.	Tehnološki prozori prilika; Životni ciklus industrija i mogućnosti sustizanja	1	0	0
13.	Evolucija tehnološke i inovacijske politike u EU; Teorijske osnove tehnološke i inovacijske politike u EU.	1	0	0
14.	Industrijska politika na razini zemalja članica; pametna specijalizacija	1	0	0
15.	Industrija 4.0	1	0	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Inteligentna analitika podataka**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Katarina Ćurko** **prof. dr. sc. Nikola Vlahović**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	kcurko@net.efzg.hr; nvlahovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Uvod u upravljanje podacima i inteligentnu obradu podataka • Digitalni podaci u transakcijskom i analitičkom okruženju: Od podataka do znanja i mudrosti. • Relacijski model podataka: struktura, razvoj i upotreba. Karakteristike transakcijske obrade. Statičko izvještavanje o izvršenju poslovanja. • Dimenzijski model podataka: sustav skladištenja podataka. Struktura, razvoj i operacije. • Analitička obrada podataka i poslovna analitika. Iterativna i interaktivna analiza podataka. Metode dinamičkog izvještavanja o poslovnim rezultatima/učincima. Dijagnostika poslovnog stanja/problema. • Koncept i tehnologije Velikih podataka. • Integracija skladišta podataka i Velikih podataka. Karakteristike i specifičnosti. • Prikupljanje podataka i ekstrakcija podataka. Ontologije za velike podatke. Alati i jezici za izradu ontologija. • Osnove umjetne inteligencije i uloga inteligentnih metoda u obradi podataka. Logičko programiranje. Temelji strojnog učenja. Etika u primjeni inteligentne analize podataka. • Analiza tekstualni podataka korištenjem umjetne inteligencije. Analiza multimedijskih podataka korištenjem umjetne inteligencije. • Softverski agenti i višeagentski sustavi za obradu i analizu podataka. Primjene u Web okruženju: obrada povratnih informacija (feedback) i sustavi preporuka. • Stvaranje kvalitetnih informacija za donošenje odluka. Neuronske mreže. Samoorganizirajuće mape. Genetski algoritmi. Otkrivanje znanja u podacima. • Metode i pristupi za rad s nepotpunim, nepouzdanim i nepreciznim podacima i znanjem. • Upravljanje informacijskim resursima u poslovnom odlučivanju i upravljanju.

Ishodi učenja kolegija	
1. Razumjeti i interpretirati transakcijsko i analitičko okruženje. 2. Kritički promišljati, analizirati i znati primijeniti različite modele podataka za određenu poslovnu situaciju/problem. 3. Prepoznati, interpretirati, analizirati, procijeniti i sintetizirati probleme upravljanje informacijskim resursima kompanije. 4. Razumjeti i prepoznati mogućnosti metoda umjetne inteligencije u obradi podataka 5. Kritički promišljati etičke izazove i procjenjivati primjerenost primjene inteligentne obrade podataka. 6. Razumjeti i znati primijeniti različite inteligentne metode obrade podataka te pravilno interpretirati dobivene rezultate u različitim poslovnim problemskim situacijama.	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Morabito V., Big Data and Analytics, Strategic and Organizational Impacts, Cham, Switzerland:, Springer International Publishing AG Switzerland, 2015.
2.	Ralph Kimball, Margy Ross, The Data Warehouse Toolkit, 3rd Edition, John Wiley& Sons Inc., New York, US, 2013.
3.	Intel IT Center , Turning Big Data Into Big Insights: The Rise of Visualization-based Data Discovery Tools, Intel Corporation, [online], https://www.intel.com/content/dam/www/public/us/en/documents/white-papers/big-data-visualization-turning-big-data-into-big-insights.pdf, 2013.
4.	Deshpande, A., Kumar, M., Artificial Intelligence for Big Data, Packt Publishing, 2018.
5.	Ricardo Baeza-Yates, Berthier Ribeiro-Neto , Modern Information Retrieval: The Concepts and Technology behind Search, 2nd Edition, ACM Press Books, 2011.
6.	Jerry Kaplan, Artificial intelligence: What everyone needs to know, Oxford University Press, 2016.

Izborna literatura	
1.	Bill Inmon , Turning Spreadsheets into Corporate Data, Technics Publications, 2017.
2.	McKinsey Global Institute (MGI): Henke N., Bughin J., Chui M., Manyika J., Saleh J., Wiseman T., Sethupathy G., The Age Of Analytics: Competing in a Data-Driven World, McKinsey & Company, [online], https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Analytics/Our%20Insights/The%20age%20of%20analytics%20Competing%20in%20a%20data%20driven%20world/MGI-The-Age-of-Analytics-Full-report.ashx, 2016.
3.	Matthew Kinsey, Machine Learning For Beginners: Guide To Understand Machine Learning, 2018.
4.	Kochenderfer, M. J., Decision Making Under Uncertainty: Theory and Application, MIT Press., 2018.
5.	Wooldredge, M., An Introduction to Multi Agent Systems, 2nd edition, Wiley, 2009.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Digitalni podaci u transakcijskom i analitičkom okruženju. Karakteristike transakcijske obrade. Statičko izvještavanje o izvršenju poslovanja.	1	3	0
2.	Sustav skladištenja podataka. Dimenzijski model, analitička obrada podataka i poslovna analitika. Iterativna i interaktivna analiza podataka. Dinamičko izvještavanje – analiza i prezentacija rezultata poslovnog procesa	2	2	0
3.	Koncept Velikih podataka. Obuhvat Velikih podataka. Jezera podataka. NoSQL baze podataka. Hibridna skladišta podataka.	2	2	0
4.	Uloga inteligentnih metoda u obradi podataka. Stabla odlučivanja i genetski algoritmi.Temelji strojnog učenja. Neuronske mreže. Samoorganizirajuće mape.	2	1	0
5.	Softverski agenti i višeagentski sustavi za obradu i analizu podataka. Primjene u Web okruženju: obrada povratnih informacija (feedback) i sustavi preporuka. Etika u primjeni inteligentne analize podataka.	2	1	0
6.	Otkrivanje znanja u podacima. Metode i pristupi za rad s nepotpunim, nepouzdanim i nepreciznim podacima i znanjem. Analiza i sinteza relevantnih znanstvenih radova i smjernice daljnjih istraživanja.	1	1	0

UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Istrazivački smjerovi u upravljanju markom**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Zoran Krupka** **izv. prof. dr. sc. Sandra Horvat**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	shorvat@net.efzg.hr; zkrupka@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Teorije upravljanja markom. • Upravljanje markom proizvoda / poduzeća / poslodavca / trgovca. • Upravljanja markom iz perspektive društvenih medija. • Upravljanje luksuznom markom. • Neuroznanost upravljanja markom.
Ishodi učenja kolegija
1. Kritički prosuditi teorije i modele u području upravljanja markom. 2. Upravljanje markom proizvoda / poduzeća / poslodavca / trgovca. 3. Upravljanja markom iz perspektive društvenih medija. 4. Upravljanje luksuznom markom. 5. Neuroznanost upravljanja markom.

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja	☐ Konzultacije
☐ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava

☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Aaker, D. A., & Keller, K. L. , Consumer evaluation of brand extensions, Journal of Marketing, 54(1), 1990, p.p. 27-41.
2.	Alreck, P. L., & Settle, R. B. , Strategies for building consumer brand preference, Journal of Product & Brand Management, 8(2), 1999, p.p. 130-144.
3.	Balmer, J. M. T., Corporate identity, corporate branding and corporate marketing; seeing through the fog, European Journal of Marketing, 35(3/4), 2001, p.p. 248-291.
4.	Erdem, T., Swait, J., & Valenzuela, A. , Brands as signals: a cross-country validation study, Journal of Marketing, 70(1), 2006, p.p. 34-49.
5.	Fung So, K. K., Wu, L., Xiong, L., & King, C., Brand Management in the Era of Social Media: Social Visibility of Consumption and Customer Brand Identification, Journal of Travel Research, 57(6), 2008, p.p. 727-742.
6.	Gray, E. R., & Balmer, J. M. T., The corporate brand: a strategic asset, Management in Practice, 4, 2001, p.p. 1-4.
7.	Herstein, R., & Jaffe, E. D., Launching store brands in emerging markets: resistance crumbles., Journal of Business Strategy, 28(5), 2007, p.p. 13-19.
8.	Keller, K. L., Conceptualizing, measuring, and managing consumer-based brand equity, Journal of Marketing, 57(1), 1993, p.p. 1-22.
9.	Keller, K. L., & Lehmann, D. R., How do brands create value?, Marketing Management, 12(3), 2003, p.p. 26-31.
10.	Miles, S. J., & Mangold, G., A conceptualization of the employee branding process, Journal of Relationship Marketing, 3(2/3), 2004, p.p. 65-88.
11.	Palumbo, F., & Herbig, P., The multicultural context of brand loyalty, European Journal of Innovation Management, 3(3), 2000, p.p. 116-124.
12.	Park, C. W., Jaworski, B. J., & Maclnnis, D. J., Strategic brand concept-image management, Journal of Marketing, 50, 1986, p.p. 135-146.
13.	Perrachione, T. K., & Perrachione, J. R., Brains and brands: developing mutually informative research in neuroscience and marketing, Journal of Consumer Behaviour, 7(4/5), 2008, p.p. 303-318.
14.	Petromilli, M., Morrison, D., & Million, M. , Brand architecture: Building brand portfolio value, Strategy & Leadreship, 30(5), 2002, p.p. 22-28.

15.	Santos, J. P., Seixas, D., Brandão, S., & Moutinho, L.,). Neuroscience in branding: A functional magnetic resonance imaging study on brands' implicit and explicit impressions, Journal of Brand Management, 19(9), 2012, p.p. 735-757.
16.	Sivertzen, A-M., Ragnhild Nilsen, E., & Olafsen, A. H., Employer branding: employer attractiveness and the use of social media, Journal of Product & Brand Management, 22(7), 2013, p.p. 473-483.
17.	Sung, Y., Choi, S. M., Ahn, H., & Song, Y-A. , Dimensions of luxury brand personality: Scale development and validation, Psychology and Marketing, 32(1), 2015, p.p. 121-132.
18.	Tak, P., & Pareek, A. , Consumer attitude toward luxury brands: An empirical study, Journal of Brand Management, 8(1), 2016, p.p. 7-19.
Izborna literatura	
1.	Aaker, J. L., Dimensions of brand personality, Journal of Marketing Research, 34, 1997, p.p. 347-356.
2.	Agarwal, M. K., & Rao, V. R., An empirical comparison of consumer-based measures of brand equity, Marketing Letters, 7(3), 1996, p.p. 237-247.
3.	Berens, G., van Riel, C. B. M., & van Bruggen, G. H. , Corporate associations and consumer product responses: the moderating role of corporate brand dominance, Journal of Marketing, 69(3), 2005, p.p. 35-48.
4.	Bian, Q., Forsythe, S., Purchase intention for luxury brands: A cross cultural Comparison, Journal of Business Research, 65, 2012, p.p. 1443-1451.
5.	Chancellor, B., & Chatterjee, A., Brain Branding: When Neuroscience and Commerce Collide, Journal AJOB Neuroscience, 2(4), 2011, p.p. 18-27.
6.	Churchill, G. A., A paradigm for developing better measures of marketing constructs, Journal of Marketing Research, 26, 1979, p.p. 64-73.
7.	Fournier, S., Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research., Journal of Consumer Research, 24(4), 1998, p.p. 343-373.
8.	Hatch, M. J., & Schultz, M. , Bringing the corporation into corporate branding, European Journal of Marketing, 37(7/8), 2003, p.p. 1041-1064.
9.	Okonkwo, U., The luxury brand strategy challenge, Journal of Brand Management, 16, 2009, p.p. 287-289.
10.	Walvi, T. H., Three laws of branding: Neuroscientific foundations of effective brand building, Journal of Brand Management, 16(3), 2011, p.p. 176-194.
11.	Yan, J., Social media in branding: Fulfilling a need, Journal of Brand Management, 18(9), 2011, p.p. 688-696.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Teorije upravljanja markom.	2	2	0

2.	Upravljanje privatnim markama.	1	1	0
3.	Izazovi upravljanja markom iz perspektive društvenih medija.	2	1	0
4.	Upravljanje luksuznom markom.	1	1	0
5.	Neuroznanost upravljanja markom.	2	2	0
6.	Upravljanje markom zemlje.	1	1	0
7.	Upravljanje markom u globalnom okruženju.	1	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Izlaganje na znanstvenoj konferenciji**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	7 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
Ishodi učenja kolegija	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	

☐ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☐ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

Izborna literatura

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
	UKUPNO SATI	**0**	**0**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI
(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Kibernetička sigurnost**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mario Spremić**
Zgrada, kabinet	,
Telefon	
e-mail	mspremic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Cilj kolegija je upoznati studente s potencijalnim oblicima zlouporabe informacijskih i drugih tehnologija u cilju ugrožavanja informacijskih sustava, ukazati na potencijalne sigurnosne rizike, mogućnosti njihove realizacije te na metode djelovanja u takvim situacijama. • Objasnit će se razlike među pojmovima informacijska i kibernetička sigurnost. • Obzirom da su ljudi i ljudsko ponašanje pri korištenju informacijske i digitalne tehnologije najveće ranjivosti u kibernetičkoj sigurnosti (u odnosu na tehnologiju, u 'eri' informacijske sigurnosti), prikazat će se i analizirati holistički pristupi upravljanju kibernetičkom sigurnosti, koji, pored tehnoloških, obuhvaćaju organizacijske i društvene čimbenike.
Ishodi učenja kolegija
1. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati utjecaj čimbenika kibernetičke sigurnosti i prikazati najvažnije istraživačke okvire iz tog područja 2. kritički ocijeniti primjenu teorijskih okvira upravljanja kibernetičkom sigurnosti u kontekstu istraživačkog rada i primijeniti znanja o modelima i metodama iz tog područja 3. kritički preispitati različite opcije provedbe plana upravljanja kibernetičkog sigurnosti, kritički razmišljati o djelokrugu, dosegu i načinima njegove provedbe 4. vrednovati utjecaj aktualnih trendova kibernetičke sigurnosti u kontekstu znanstvenog istraživanja iz

područja poslovne ekonomije
5. odabrati strategiju upravljanja kibernetičkom sigurnosti koja će omogućiti uspješno i održivo poslovanje poduzeća, argumentirati odabir, procijeniti učinke izbora, te usporediti postignute rezultate i zadane ciljeve

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☐ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Amoroso, E.G., Cyber attacks: Protecting national infrastructure, Bh, Elsevier, 2010.
2.	Spremić, M., Šimunic, A., Cyber security challenges in digital economy, Lecture Notes in Engineering and Computer Science: Proceedings of The World Congress on Engineering WCE 2018, IAENG, Hong Kong., 2018, p.p. 341-347.
3.	Atoum I, Otoom A., Abu Ali A., A holistic cyber security implementation framework, Information Management & Computer Security Vol. 22 No. 3, 2014, 2014, p.p. 251-264.
4.	Spremić, M. Turulja, L., Bajgorić, N., Two Approaches in Assessing Business Continuity Management Attitudes in the Organizational Context, Always-On Enterprise Information Systems for Modern Organization, IGI Publishing, 2018, p.p. 159-183.
5.	Cheng, Y., Groysberg, B., Why Boards Aren't Dealing with Cyberthreats, Harvard Business Review, February 2017., 2017.
6.	European Union Agency for Network and Information Security - ENISA, Threat Landscape Report 2017, January, 2018., 2018.
7.	Bailey, T., Kaplan J. M., Rezek, C., Repelling the cyberattackers, McKinsey Quarterly, July 2015, 2015.
8.	Boehm J., Merrath, P., Poppeksieker, T., Riemenschnitter, R., Stahle, T., Cyber risk measurement and holistic cybersecurity approach, McKinsey Quarterly, November 2018., 2018.

Izborna literatura

1.	Spremić, M. , Sigurnost i revizija informacijskih sustava u okruženju digitalne ekonomije, Ekonomski fakultet Zagreb, 2017.

2.	Werlinger, R., Hawkey, K., Beznosov, K., "An integrated view of human, organizational, and technological challenges of IT security management", Information Management & Computer Security, Vol. 17 Iss: 1, 2021, p.p. 4-19.
3.	Hajdarevic, K., Allen, P., Spremic, M. , Proactive security metrics for Bring Your Own Device (BYOD) in ISO 27001 supported environments, Telecommunications Forum (TELFOR), 2016 24th,, IEEEExplore 2016, 2016, p.p. 41-44.
4.	Siponen, M.T., Oinas-Kukkonen, H., "A review of information security issues and respective research contributions", The Database for Advances in Information Systems, Vol.38 No.1 , 2007, p.p. 60-81.
5.	ISACA, State of Cyber Security 2017., ISACA, Rolling Meadows, Illinois,USA, 2017.
6.	Klahr, R., Shah, J.N., Sheriffs, P, et. al, Cyber Security Breaches Survey 2017, UK Department for Media, Culture and Sport., 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Pregled pojma kibernetičke sigurnosti i najvažniji istraživački pravci. Studije slučajeva, pregled najvažnijih i recentnih znanstvenih radova u području	5	0	0
2.	Evolucija pojma kibernetičke sigurnosti, znanstvene podloge razvoja pojma. Najvažniji čimbenici kibernetičke sigurnosti	0	5	0
3.	Vrednovanje utjecaja kibernetičke sigurnosti. Strategije upravljanje kibernetičkom sigurnosti. Primjeri i studije slučajeva	0	5	0
4.	Ključne komponente kibernetičke sigurnosti, najvažniji znanstveni i istraživački pravci budućeg razvoja	5	0	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Kompenzacijski menadžment**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**profesor emeritus Lovorka Galetić;** **prof. dr. sc. Marija Martinović**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik C8
Telefon	+385 20 445 938;
e-mail	lgaletic@net.efzg.hr; marija.martinovic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Ciljevi, politika i strategija kompenzacijskog menadžmenta; • Kompenzacijski i motivacijski karakter plaće; • Analiza i opis posla; Procjena posla kao polazna osnova sustava nagrađivanja; Platna struktura; • Sustavi plaćanja po vremenu, učinku i na temelju ocjenjivanja; • Grupno poticajno nagrađivanje: gain-sharing, profit-sharing, dioničarstvo zaposlenih, ESOP; • Beneficije; • Nagrađivanje menadžera;
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti interpretirati i kritički promišljati ciljeve i politike kompenzacije 2. Demonstrirati sposobnost analiziranja i vrednovanja poslova 3. Razumjeti i znati primijeniti modele individualnog i grupnog nagrađivanja 4. Samostalno istraživati problematiku menadžerskih kompenzacija

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij

☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Galetić Lovorka, Kompenzacijski menadžment: upravljanje nagrađivanjem u poduzeću, Sinergija, Zagreb, 2015.
2.	Milkovich, G. T., Newman, J. M., Plaće i modeli nagrađivanja, Masmedia, Zagreb, 2006.
3.	Milkovich George, Newman Jerry, Gerhart Barry , Compensation, 12th edition, McGraw Hill, 2017.
Izborna literatura	
1.	Berger, Lance A., Berger, Dorothy R., The Compensation Handbook, 6th ed. Mc.Graw-Hill Education, New York, 2015.
2.	Armstrong, Michael, Armstrong's handbook of reward management practice, Kogan Page London, 4th edition, 2012.
3.	Martocchio, Joseph J., Strategic compensation : a human resource management approach, 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.
4.	Buble Marin, Bakotić Danica, Kompenzacijski Menadžment , Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2013.
5.	Galetić Lovorka, Izabrane teme iz kompenzacijskog menadžmenta, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2013.
6.	Shielda, John, Managing Employee Performance and Reward, 2nd ed., Cambridge University Press, 2016.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Ciljevi, politika i strategija kompenzacijskog menadžmenta	2	2	0

2.	Analiza, opis i procjena posla, struktura i izračun plaće i zakonska regulativa	2	2	0
3.	Sustavi plaćanja po vremenu, učinku i na temelju ocjenjivanja	2	2	0
4.	Grupno poticajno nagrađivanje i beneficije	2	2	0
5.	Nagrađivanje menađera	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Korporativno upravljanje**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Ivona Vrdoljak Raguž** **prof. dr. sc. Darko Tipurić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK - 6
Telefon	+385 20 445 925
e-mail	ivona.vrdoljak@unidu.hr; dtipuric@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
1. MODERNA KORPORACIJA I KORPORATIVNO UPRAVLJANJE Karakteristike modernih korporacija; evolucija korporacija; ciljevi i mjere uspješnosti; pravni okvir; transparentnost poslovanja; evolucija discipline korporativnog upravljanja. 2. TEORIJSKI PRISTUPI KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU Istraživački diskursi i temeljna istraživačka pitanja korporativnog upravljanja i srodnih disciplina; Agencijska teorija; Teorija uslužnosti; Teorija resursne ovisnosti; Institucionalna teorija; Teorija socijalne mreže; Teorija gornjeg ešalona; interdisciplinarna i transdisciplinarna istraživanja. 3. KONTEKST I VANJSKI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA Sustavi korporativnog upravljanja; korporativno upravljanje u tranzicijskim zemljama; tržište za korporativnu kontrolu; zakonodavni i regulatorni okviri; konkurentski uvjeti; uloga tržišta kapitala u korporativnom upravljanju; privatizacija i korporativno upravljanje. 4. INTERNI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA Struktura vlasništva: mali i veliki dioničari; prava dioničara; uloga i odgovornost odbora; struktura odbora: odbor za reviziju, odbor za nagrađivanje, odbor za imenovanje; naknadne menadžmentu; koncentracija vlasništva; odnosi moći u upravljačkim strukturama, interesi i konflikti. 5. KORPORATIVNO UPRAVLJANJE I DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODUZEĆA Stakeholerski nasuprot shareholderskom pristupu; društvena odgovornost poduzeća; ekološka odgovornost poduzeća; etički aspekti korporativnog upravljanja.	

Ishodi učenja kolegija	
1. Istaknuti osnovne probleme u znanstvenom pristupu korporativnom upravljanju 2. Kritički evaluirati kvalitetu objavljenih istraživanja iz područja korporativnog upravljanja i srodnih disciplina 3. Razumjeti kako tržišni uvjeti i propisi u različitim zemljama utječu na korporativno upravljanje 4. Objasniti odgovornosti poduzeća prema različitim vrstama interesno-utjecajnih skupina 5. Ocijeniti kvalitetu praksi korporativnog upravljanja iz perspektive društvene i ekološke odgovornosti	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☒ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Monks, R., A.G., Minow, N. , Corporate governance, 5ed., Wiley-Blackwel publishing., 2011.
2.	Tipurić, D., ur. , Korporativno upravljanje, Zagreb: Sinergija, 2008.
3.	Mallin, C. A. , Corporate Governance, 5ed., Oxford: Oxford University Press., 2016.
4.	Jensen MC. i Meckling WH. , Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. , Journal of Financial Economics, (3):4, 1976, p.p. 305-360.
5.	Hambrick, DC. i Mason, PA. , Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers, The Academy of Management Review, (9): 2, 1984, p.p. 193-206.
6.	Aguilera, R.V. i G. Jackson , The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants”, The Academy of Management Review, 3, 2003, p.p. 447-465.
7.	Shleifer, A. i Vishny R.V. , Large shareholders and corporate control, Journal of Political Economy, 94(3), 1986, p.p. 461-488.
8.	Zahra, S. A., & Pearce, J. A., Boards of Directors and Corporate Financial Performance: A Review and Integrative Model., Journal of Management, 15(2), 1989, p.p. 291-334.
Izborna literatura	
1.	Larcker DF, Tayan B., Corporate Governance Matters: A Closer Look at Organizational Choices and Their Consequences, (2nd edition). New Jersey: Pearson Education., 2015.

2.	Tipurić, D., ur., Korporativno upravljanje u Hrvatskoj - Ocjena kvalitete korporativnog upravljanja hrvatskih dionički, Zagreb: Sinergija, 2015.
3.	Tipurić, D., Vrdoljak Raguž, I., Podrug, N., Rethinking Corporate Governance., Harlow. England: Pearson Education., 2014.
4.	Tipurić, D., ur., Promjene vrhovnog menadžmenta i korporativno upravljanje., Zagreb: Sinergija., 2011.
5.	Tipurić, D., Nadzorni odbor i korporativno upravljanje., Zagreb: Sinergija, 2006.
6.	Khan, A., Muttakin, BD., Siddiqui, J., Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from an Emerging Econ, Journal of Business Ethics. (114):2, 2013, p.p. 207-223.
7.	Coles, JW., McWilliams VB. i Sen, N., An examination of the relationship of governance mechanisms to performance., Journal of Management. (27):1, 2001, p.p. 23-50.
8.	Westphal, J. D., & Zajac, E. J. , The Symbolic Management of Stockholders: Corporate Governance Reforms and Shareholder Reactions, Administrative Science Quarterly, 43(1), 1998, p.p. 127-153.
9.	Van Ees H., Gabrielsson J., Huse M., Toward a behavioral theory of boards and corporate governance, Corporate Governance: An International Review, 17, 2009, p.p. 307-319.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	MODERNA KORPORACIJA I KORPORATIVNO UPRAVLJANJE - Karakteristike modernih korporacija; evolucija korporacija; ciljevi i mjere uspješnosti; pravni okvir; transparentnost poslovanja; evolucija discipline korporativnog upravljanja.	2	1	0
2.	MODERNA KORPORACIJA I KORPORATIVNO UPRAVLJANJE - Karakteristike modernih korporacija; evolucija korporacija; ciljevi i mjere uspješnosti; pravni okvir; transparentnost poslovanja; evolucija discipline korporativnog upravljanja.	1	1	0
3.	TEORIJSKI PRISTUPI KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU - Istraživački diskursi i temeljna istraživačka pitanja korporativnog upravljanja i srodnih disciplina; Agencijska teorija; Teorija uslužnosti; Teorija resursne ovisnosti; Institucionalna teorija; Teorija socijalne mreže; Teorija gornjeg ešalona; interdisciplinarna i transdisciplinarna istraživanja.	2	1	0
4.	TEORIJSKI PRISTUPI KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU - Istraživački diskursi i temeljna istraživačka pitanja korporativnog upravljanja i srodnih disciplina; Agencijska teorija; Teorija uslužnosti; Teorija resursne ovisnosti; Institucionalna teorija;	1	1	0

	Teorija socijalne mreže; Teorija gornjeg ešalona; interdisciplinarna i transdisciplinarna istraživanja.			
5.	KONTEKST I VANJSKI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA- Sustavi korporativnog upravljanja; korporativno upravljanje u tranzicijskim zemljama; tržište za korporativnu kontrolu; zakonodavni i regulatorni okviri; konkurentski uvjeti; uloga tržišta kapitala u korporativnom upravljanju; privatizacija i korporativno upravljanje.	2	1	0
6.	KONTEKST I VANJSKI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA- Sustavi korporativnog upravljanja; korporativno upravljanje u tranzicijskim zemljama; tržište za korporativnu kontrolu; zakonodavni i regulatorni okviri; konkurentski uvjeti; uloga tržišta kapitala u korporativnom upravljanju; privatizacija i korporativno upravljanje.	1	1	0
7.	INTERNI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA - Struktura vlasništva: mali i veliki dioničari; prava dioničara; uloga i odgovornost odbora; struktura odbora: odbor za reviziju, odbor za nagrađivanje, odbor za imenovanje; naknadne menadžmentu; koncentracija vlasništva; odnosi moći u upravljačkim strukturama, interesi i konflikti.	2	1	0
8.	INTERNI MEHANIZMI KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA - Struktura vlasništva: mali i veliki dioničari; prava dioničara; uloga i odgovornost odbora; struktura odbora: odbor za reviziju, odbor za nagrađivanje, odbor za imenovanje; naknadne menadžmentu; koncentracija vlasništva; odnosi moći u upravljačkim strukturama, interesi i konflikti.	1	1	0
9.	KORPORATIVNO UPRAVLJANJE I DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODUZEĆA - Stakeholerski nasuprot shareholderskom pristupu; društvena odgovornost poduzeća; ekološka odgovornost poduzeća; etički aspekti korporativnog upravljanja	2	1	0
10.	KORPORATIVNO UPRAVLJANJE I DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODUZEĆA - Stakeholerski nasuprot shareholderskom pristupu; društvena odgovornost poduzeća; ekološka odgovornost poduzeća; etički aspekti korporativnog upravljanja	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.
POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Kreativne industrije i održivi razvoj u turizmu**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Marija Benić Penava** **izv. prof. dr. sc. Vanja Krajinović**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-8
Telefon	+385 20 445 927
e-mail	marija.benic-penava@unidu.hr; vkrajinovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Od kulturnog do kreativnog održivog turističkog razvoja. Distinkcija povezanosti kreativnih industrija i održivog turizma prema geografskim područjima. Kreativne industrije i turistički doživljaj. Obilježja kreativnih turista i kreativnih iskustava. Kreativna turistička ponuda – osnova održivog razvoja u turizmu. Uloga lokalne zajednice u kreiranju kreativnih doživljaja. Digitalna tehnologija u funkciji kreativnih industrija i održivog turizma.
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti, interpretirati i kritički promišljati teorije i modele u području kreativnih industrija i održivog razvoja u turizmu. 2. Razumjeti materiju objavljenu na engleskom jeziku u stručnoj i znanstvenoj literaturi iz područja kreativnih industrija i održivog razvoja u turizmu. 3. Primijeniti načela etike, društvene odgovornosti i održivosti razvoja turizma. 4. Razumjeti i znati primijeniti analitičke metode u istraživanju iz područja kreativnih industrija i održivog razvoja turizma. 5. Kritički analizirati, evaluirati i sintetizirati nove istraživačke ideje u području kreativnih industrija i

održivog razvoja u turizmu
6. Primijeniti stečeno znanje iz područja kreativnih industrija i održivog razvoja u turizmu za formuliranje razvojnih politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☐ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Richards, G., Wilson, J. (eds) , Tourism, Creativity and Development, Oxon: Routledge, 2007.
2.	Mowforth, M., Munt, I., Tourism and Sustainability – Development and New Tourism in the Third World. London and New York, Routledge, 2003.
Izborna literatura	
1.	Flew, T., The Creative Industries, Culture and Policy, Sage, 2012.
2.	Lazereti, L. (eds), Creative Industries and Innovation in Europe, Concept, Measures and Comparative Case Studies. London and New York, Routledge, 2013.
3.	Swarbrooke, J., Sustainable Tourism Management, CABI Publishing, 1999.
4.	Marques, L., Borba, C., Co-creating the city: Digital technology and creative tourism., Tourism Management Perspectives. Vol. 24, 2017, p.p. 86-93.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Od kulturnog do kreativnog održivog turističkog razvoja	2	1	0

2.	Distinkcija povezanosti kreativnih industrija i održivog turizma prema geografskim područjima.	1	1	0
3.	Kreativne industrije i turistički doživljaj. Obilježja kreativnih turista i kreativnih iskustava.	2	2	0
4.	Kreativna turistička ponuda – osnova održivog razvoja u turizmu.	1	2	0
5.	Uloga lokalne zajednice u kreiranju kreativnih doživljaja.	2	2	0
6.	Digitalna tehnologija u funkciji kreativnih industrija i održivog turizma.	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Marketinški kanali i suvremene tehnologije**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mirko Palić** **izv. prof. dr. sc. Marija Dragičević**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK - 3
Telefon	+385 20 456 922
e-mail	mirkopalic@gmail.com; marija.dragicevic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
1. Teoretska polazišta i matematički modeli marketinških kanala 2. Utjecaj suvremenih trendova na strategije distribucije 3. Evolucija funkcije posrednika u kanalu 4. Isporuka vrijednosti kroz kanal 5. Upravljanje odnosima, dinamikom i strukturom kanala distribucije 6. Uloga maloprodaje u kanalu distribucije 7. Suvremene tehnologije u funkciji podizanja učinkovitosti kanala distribucije 8. Stjecanje konkurentske prednosti putem kanala distribucije
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti, interpretirati i kritički promišljati teorije i modele u području digitalne transformacije marketinških kanala 2. Razumjeti i znati primijeniti napredne analitičke metode pri donošenju odluka o oblikovanju strategija distribucije 3. Kritički analizirati, evaluirati i sintetizirati nove istraživačke ideje u području marketinških kanala 4. Primijeniti stečeno znanje iz područja kolegija za stvaranje konkurentske prednosti temeljem stvaranja i isporuke superiorne vrijednosti putem marketinških kanala

5. Razumjeti, interpretirati i kritički promišljati fenomen digitalne transformacije s aspekta marketinških kanala

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Palmatier, R.W., Sivadas, E., Stern, L.W., El-Ansary, A.I., Marketing Channel Strategy: AnOmni-Channel Approach, 9th editon, Routledge, New York, SAD, 2019.
2.	Rosenbloom, B., Marketing channels: A Management View , 8th internationaledition, CengageLearning, Mason, OH, USA, 2012.
3.	Dent, J., White, M., Sales and Marketing Channels: How to buildandmanagedistributionstrategy, 3rd edtion, KoganPage, London, UK, 2018.
4.	Coughlan, A.T., Anderson, E., Stern, L.W., El-Ansary, A.I., Marketing Channels, 7th internationaledition, PearsonEducation, Harlow, UK, 2014.
Izborna literatura	
1.	Ingene, C.A., Parry, M.E., Mathematical models of distribution channels, Kluwer Academic Publishers, New York, USA, 2005.
2.	Betancourt, R.R., The Economics of Retailing and Distribution, 2004.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Teoretska polazišta i matematički modeli marketinških kanala	1	1	0

2.	Utjecaj suvremenih trendova na strategije distribucije	2	1	0
3.	Evolucija funkcije posrednika u kanalu	2	1	0
4.	Uloga maloprodaje u kanalu distribucije	2	2	0
5.	Upravljanje strukturom kanala distribucije	2	2	0
6.	Upravljanje odnosima u kanalu	2	1	0
7.	Upravlajnje dinamikom kanala	2	1	0
8.	Isporuka vrijednosti kroz kanal	2	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Metode istraživanja u turizmu**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Ivana Pavlić** **izv. prof. dr. sc. Petra Barišić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-10
Telefon	+385 20 445 929
e-mail	ivana.pavlic@unidu.hr; pbarisic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Proces znanstvenog istraživanja u turizmu • Primarni i sekundarni podaci u turizmu • Metoda ispitivanja i mjerenje stavova u turizmu • Odabrane kvantitativne metode analize podataka u turizmu • Analiza, obrada i interpretacija podataka prikupljenih kvantitativnim metodama istraživanja • Kvalitativna istraživanja u turizmu • Analiza odabranih metoda kvalitativnih istraživanja u turizmu • Provođenje kvalitativnih istraživanja u turizmu • Analiza, obrada i interpretacija podataka prikupljenih kvalitativnim metodama istraživanja • Prezentiranje rezultata kvalitativnih istraživanja u turizmu
Ishodi učenja kolegija
1. Definirati, opisati i objasniti metode znanstvenih istraživanja u turizmu 2. Prema danoj situaciji odabrati adekvatnu kvantitativnu/kvalitativnu metodu istraživanja u turizmu 3. Organizirati i provesti konkretno istraživanje turističkog tržišta 4. Obraditi i analizirati i interpretirati podatke dobivene kvantitativnim i kvalitativnim metodama istraživanja 5. Napisati izvješće istraživačkog projekta

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	Konzultacije ☐ Laboratorij ☒ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., Istraživanje turističkih tržišta, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2019.
2.	Yin, K. R., Qualitative research from Start to Finish, The Guilord Press, New York, 2015.
Izborna literatura	
1.	Dwyer, L., Gill A. & Seetaram N., Handbook of Research Methods in Tourism Quantitative and Qualitative Approaches., Edward Elgar Publishing Limited. Chletenham, 2012.
2.	Lune, H. & Berg, B. L., Qualitative Research Methods for the Social Sciences, Pearson. Harlow, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Proces znanstvenog istraživanja u turizmu	1	1	0
2.	Primarni i sekundarni podaci u turizmu	1	1	0
3.	Metoda ispitivanja i mjerenje stavova u turizmu	1	1	0

4.	Odabrane kvantitativne metode analize podataka u turizmu	1	1	0
5.	Analiza, obrada i interpretacija podataka prikupljenih kvantitativnim metodama istraživanja	1	1	0
6.	Kvalitativna istraživanja u turizmu	1	1	0
7.	Analiza odabranih metoda kvalitativnih istraživanja u turizmu	1	1	0
8.	Provođenje kvalitativnih istraživanja u turizmu	1	1	0
9.	Analiza, obrada i interpretacija podataka prikupljenih kvalitativnim metodama istraživanja	1	1	0
10.	Prezentiranje rezultata kvalitativnih istraživanja u turizmu	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)	
OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Međunarodno organizacijsko ponašanje**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Najla Podrug** **izv. prof. dr. sc. Ana Aleksić Fredotović**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	aaleksic@net.efzg.hr; npodrug@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Uvod u međunarodno organizacijsko ponašanje • Kulturološka varijabilnost i organizacijsko ponašanje • Međunarodne specifičnosti funkcija menadžmenta • Osnove individualnog ponašanja i upravljanje različitošću • Temelji grupnog ponašanja i upravljanja timovima u međunarodnom okruženju • Osnove dizajniranja organizacija u međunarodnom kontekstu • Suvremeni izazovi organizacijskog ponašanja u međunarodnom kontekstu	
Ishodi učenja kolegija	
1. Razumjeti teorije i modele organizacijskog ponašanja u međunarodnim organizacijama 2. Razumjeti posebnosti menadžmenta i organizacijskog ponašanja u međunarodnom okruženju 3. Odrediti temeljne oblike i uzroke razlika u ponašanju pojedinaca i grupa u međunarodnom okruženju 4. Razumjeti, interpretirati i kritički valorizirati važnost pojedinih organizacijskih elemenata u oblikovanju individualnog i grupnog ponašanja u međunarodnim organizacijama	

5. Upoznati s potrebnim menadžerskim znanjima i vještinama za uspješno upravljanje i vođenje organizacija u međunarodnim poslovnim uvjetima
6. Prepoznati globalne trendove u oblikovanju organizacije te upravljanju različitostima i pojedincima na svim organizacijskim razinama

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☐ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☐ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Rahimić, Z., Podrug, N., Međunarodni menadžment, Sveučilište u Sarajevu, Sarajevo , 2013.
2.	McFarlin, D., Sweeney, P., International Organizational Behavior: Transcending Borders and Cultures, 2nd ed., Routledge, London, 2017.
3.	Luthans, F., Organizational behavior, An evidence-based approach, McGraw-Hill, New York, 011.
Izborna literatura	
1.	Browaeys, M.-J., Price, R., Understanding cross-cultural management, 3rd ed, Pearson, Harlow, 2016.
2.	Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M., Cultures and Organizations: Software of the Mind, 3rd ed., McGraw-Hill Education, New York., 2010.
3.	Adler, N. J., International Dimensions of Organizational Behavior, 5th ed., South Western Cengage, Cincinnati, Ohio., 2008.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Važnost i specifičnosti organizacijskog ponašanja u međunarodnom okruženju	1	1	0

2.	Dimenzije nacionalne kulture i utjecaj na organizacijsko ponašanje	2	2	0
3.	Utjecaj kulturoloških varijabilnosti na funkcije menadžmenta	2	2	0
4.	Individualne razlike i upravljanje različitošću	2	2	0
5.	Izazovi grupnog ponašanja i timskog rada u međunarodnom okruženju	2	2	0
6.	Vođenje i suvremeni izazovi upravljanja globalnom radnom snagom i organizacijama	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Međunarodno poslovanje i digitalna transformacija**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**izv. prof. dr. sc. Ivo Šperanda** **izv. prof. dr. sc. Marija Bečić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6 - II kat; EK-7
Telefon	+385 20 445 932; +385 20 445 921
e-mail	marija.becic@unidu.hr; tzsperanda@gmail.com
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
U okviru kolegija obradit će se sljedeće teme: Ekonomija razmjera-neoliberalna vanjskotrgovinska politika; proces globalizacije i digitalna transformacija; Internacionalizacija poduzeća; Teorije internacionalizacije; Novi trendovi u istraživanju - Internacionalizacija u digitalnom okruženju; Internacionalizacija kroz digitalizaciju; Napredna analiza strategija izlaska na strano tržište; Izvoz kao strategija izlaska na strano tržište; Uloga inovacija u strategiji izlaska na strano tržište; Novi trendovi u digitalnom okruženju; Trgovinska politika; Carinske i necarinske barijere ulasku na strano tržište; Carine kao instrument trgovinske politike i ekonomski učinci carina na gospodarstvo; Novi protekcionizam? Strateška trgovinska politika i aktualna vanjskotrgovinska politika SAD-a. Novi trendovi u svjetskoj ekonomiji – utjecaj digitalizacije; Strane direktne investicije; Utjecaj lokacije na strane direktne investicije; Strane direktne investicije i tehnološki napredak; Analiza trgovinske strategije na terminskim tržištima; Odnos monetarne politike i međunarodne razmjene i politika zajedničke valute.	
Ishodi učenja kolegija	

1. Razumjeti, interpretirati i kritički analizirati napredne modele i teorije u području međunarodnog poslovanja i internacionalizacije poduzeća u uvjetima digitalizacije; 2. Kritički prosuđivati, ocijeniti i sintetizirati nove istraživačke ideje u području međunarodnog poslovanja u digitalnom okruženju 3. Razumjeti i primijeniti napredne analitičke metode u znanstvenom istraživanju na području međunarodnog poslovanja 4. Samostalno istraživati procese u međunarodnom poslovanju te objavljivati originalne rezultate istraživanja	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Collinson, Simon; Narula, Rajneesh; Rugman, Alan M. , International Business, 7/E, Pearson United Kingdom, 2017.
2.	Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M., International Trade: Theory and Policy, Prentice Hall, 2015.
3.	Krugman, P. R., Obstfeld, M., Međunrodna ekonomija , (7.izdanje) Mate d.o.o. Zagreb, 2009.
4.	Krugman P., Doba smanjenih očekvanja, Masmedia, Zagreb, 0.
Izborna literatura	
1.	Hill, C.; Hult, G., International Business: Competing in the Gglobal Market Place, McGraw-Hill Education, 2019.
2.	Gandolfo, G., International Trade Theory and Policy, Springer Science & Business Media, 2013.
3.	Krugman P., (et.al) Strategic Trade Policy and the New International Economics, , 0.
4.	Stiglitz, J. E., Globalization and its Discontents , Norton: New York, London, 2002.
5.	Stiglitz J., Euro, Pofil, Zagreb, 2017.

POPIS TEMA		
Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**

		P	**V**	**S**
1.	Ekonomija razmjera-neoliberalna vanjskotrgovinska politika	1	1	0
2.	Proces globalizacije i digitalna transformacija	2	1	0
3.	Internacionalizacija poduzeća; Internacionalizacija u digitalnom okruženju; Internacionalizacija kroz digitalizaciju	2	1	0
4.	Napredna analiza strategija izlaska na strano tržište; Uloga inovacija u strategiji izlaska na strano tržište; Novi trendovi u digitalnom okruženju	2	1	0
5.	Trgovinska politika; Instrumenti trgovinske politike	1	1	0
6.	Barijere ulasku na strano tržište; Novi protekcionizam	1	1	0
7.	Strane direktne investicije	1	1	0
8.	Utjecaj lokacije na strane direktne investicije; Strane direktne investicije i tehnološki napredak	2	1	0
9.	Analiza trgovinske strategije na terminskim tržištima	2	1	0
10.	Odnos monetarne politike, međunarodne razmjene i politika zajedničke valute	1	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Međunarodno poslovno pregovaranje**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Marija Tomašević Lišanin** **prof. dr. sc. Katija Vojvodić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik C-8
Telefon	+385 20 445 935
e-mail	mtomasevic@net.efzg.hr; katija.vojvodic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Priroda i obilježja pregovaranja u klasičnom i digitalnom poslovnom kontekstu • Načela distributivnog i integrativnog pregovaračkog pristupa • Model dualnog interesa kao odrednica pregovaračke strategije • Važnost informacija i ophođenje s informacijskom dilemom u domaćem i međunarodnom pregovaranju • Utvrđivanje pregovaračke moći i uspješno korištenje pregovaračke poluge • Razumijevanje i primjena koncepata BATNA i ZOPA u domaćem i inozemnom tržišnom kontekstu • Komunikacijska osobnost i emocionalna inteligencija pregovarača • Kroskulturna inteligencija kao važan element međunarodnog pregovaranja • Učinkovito upravljanje međunarodnim pregovaračkim procesom • Sastav i funkcioniranje pregovaračkih timova pri sklapanju međunarodnih poslova • Etički izazovi međunarodnog pregovaranja - pravni aspekti i medijacija u rješavanju konfliktnih situacija
Ishodi učenja kolegija
1. Planirati i pripremiti pregovarački proces te izabrati odgovarajuće pregovaračke strategije 2. Predvidjeti utjecaj kulturoloških dimenzija i informacijsko-komunikacijskih tehnologija na pregovarački proces 3. Analizirati pregovaranje u različitim vrstama međunarodnih poslova

4. Integrirati teorijska i praktična saznanja o poslovnom pregovaranju u različitim dijelovima svijeta
5. Optimizirati ishode pregovaranja u klasičnom i digitalnom poslovnom kontekstu

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Tomašević Lišanin, M., Kadić-Maglajlić, S., Drašković, N., Principi prodaje i pregovaranja, EFZG, 2019.
2.	Lewicky, R.J., Barry, B., Saunders, D., Essentials of Negotiation, McGraw-Hill Education; 6 edition, 2015.
3.	Katz, L., Negotiating International Business, Charleston: Booksurge Publishing, 2011.
4.	Izazovi elektroničkoga pregovaranja, Vojvodić, K., Ekonomski vjesnik, godina XXVI, broj 2/2013, 2013.
5.	Tomašević Lišanin, M., Cicarelli, M., Pregovaračko-komunikacijski izazovi vanjsko-trgovinskog poslovanja, Zbornik radova konferencije: Izazovi trgovine u recesiji, EFZG, 2010.
Izborna literatura	
1.	Tomašević Lišanin, M., Profesionalna prodaja i pregovaranje, HUPUP, Zagreb, 2010.
2.	Tomašević Lišanin, M., Poslovni slučajevi iz prodaje i pregovaranja, HUPUP, Zagreb, 2010.
3.	Fisher, R., Ury, W., Getting to Yes, Negotiating an Agreement without Giving in, Cornrstone Digital, 2012.
4.	Ghauri, P. N., Ott, U. F., Rammal, H. G., International Business Negotiations, Edward Elgar Publishing, 2020.
5.	Klotz, M.J., International Sales Agreements, An Annotated Drafting and Negotiation Guide, Walters Kluwer, 3. ed, 2018.

POPIS TEMA

Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**

		P	V	S
1.	Priroda i obilježja pregovaranja u klasičnom i digitalnom poslovnom kontekstu. Načela distributivnog i integrativnog pregovaračkog pristupa	1	1	0
2.	Model dualnog interesa kao odrednica pregovaračke strategije	1	1	0
3.	Važnost informacija i ophođenje s informacijskom dilemom u domaćem i međunarodnom pregovaranju.	1	1	0
4.	Utvrđivanje pregovaračke moći i uspješno korištenje pregovaračke poluge.	1	1	0
5.	Razumijevanje i primjena koncepata BATNA i ZOPA u domaćem i inozemnom tržišnom kontekstu.	1	1	0
6.	Komunikacijska osobnost i emocionalna inteligencija pregovarača.	1	1	0
7.	Kroskulturna inteligencija kao važan element međunarodnog pregovaranja.	1	1	0
8.	Učinkovito upravljanje međunarodnim pregovaračkim procesom.	1	1	0
9.	Sastav i funkcioniranje pregovaračkih timova pri sklapanju međunarodnih poslova.	1	1	0
10.	Etički izazovi međunarodnog pregovaranja - pravni aspekti i medijacija u rješavanju konfliktnih situacija.	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Nacionalna i međunarodna sigurnost**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**izv. prof. dr. sc. Marijana Musladin**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	marijana.musladin@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA

Sadržaj kolegija

Kolegij Nacionalna i međunarodna sigurnost proučava kompleksnu međupovezanost sigurnosnih politika i gospodarstva sa posebnim naglaskom na međunarodno poslovanje. U sklopu kolegija obrađuju se teme utjecaja nacionalne sigurnosne politike na međunarodno poslovanje te objašnjava promjena paradigme u konceptu nacionalne i međunarodne sigurnosti uslijed promjena uzrokovanih globalizacijom. Jedna od važnih tema u sklopu kolegija je i utjecaj nacionalne kulture i razlika u nacionalnoj kulturi na sigurnosne izazove te promjene u međunarodnom poslovnom okruženju kao i utjecaj države na gospodarstvo, trgovinu i uvjete međunarodnog poslovanja što je neraskidivo povezano sa sigurnošću na nacionalnoj i globalnoj razini. Neke od ostalih tema kolegija su strategije nastupa poduzeća na međunarodnim tržištima u uvjetima povećanih sigurnosnih rizika te uloge sustava kvalitete u nastupu poduzeća na međunarodnom tržištu i njihova svrha u zaštiti od poslovnih rizika kao i uloga terminskih tržišta u zaštiti od robnih i financijskih rizika. Okvirni sadržaj predmeta: • Utjecaj globalizacije na uvjete poslovanja • Važnost kulture u međunarodnom poslovanju • Utjecaj države na trgovinu i uvjete međunarodnog poslovanja • Definiranje strategije nastupa na međunarodnom tržištu • Načini izlaska poduzeća na međunarodna tržišta • Uloga sustava kvalitete u nastupu poduzeća na međunarodnom tržištu • Uloga terminskih tržišta u zaštiti od robnih i financijskih rizika • Utjecaj nacionalne sigurnosne politike na međunarodno poslovanje

Ishodi učenja kolegija	
1. Usvajanje novih, naprednih i inovativnih znanja o nacionalnoj i globalnoj sigurnosti te njihovu utjecaju na gospodarstvo i međunarodno poslovanje 2. Razvoj vještina i kompetencija za analizu izazova nacionalne i globalne sigurnosti u svrhu prepoznavanja rizika i poslovnih prilika na nacionalnim i međunarodnim tržištima 3. Razvoj sposobnosti kritičkog promišljanja o međupovezanosti nacionalne i globalne sigurnosti te međunarodnih ekonomskih tokova u svrhu donošenja strateških odluka 4. Razvoj pisanih i verbalnih kompetencija za teorijsku i empirijsku analizu utjecaja nacionalne i globalne sigurnosti na različite fenomene u poslovanju poduzeća i gospodarstvu	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Lazibat, T., Kolaković, M., Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije, knjiga, ISBN 953-6895-1-6, Sinergija, Zagreb, 2004.
2.	Ghemawat, P., World 3.0, Harvard Business Review Press, knjiga, ISBN 978-1-4221-3864-9, 2011.
3.	Lazibat T., Upravljanje kvalitetom, Znanstvena knjiga, Zagreb, 2009.
Izborna literatura	

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Utjecaj globalizacije i države na trgovinu i uvjete poslovanja	2	2	0

2.	Kultura u međunarodnom poslovanju	2	2	0
3.	Strategije nastupa na međunarodnom tržištu	2	2	0
4.	Uloga sustava kvalitete u nastupu poduzeća na međunarodnom tržitu	1	1	0
5.	Uloga terminskih tržišta u zaštiti od robnih i financijskih rizika	1	1	0
6.	Utjecaj nacionalne sigurnosne politike na međunarodno poslovanje	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Neuromarketing**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem.)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Ivana Pavlić** **izv. prof . dr. sc. Barbara Puh**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, EK-4; Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-10
Telefon	+385 20 445 923; +385 20 445 929
e-mail	ivana.pavlic@unidu.hr; barbara.puh@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Neuromarketing – nova marketinška paradigma (uloga i važnost) • Koncept, razumijevanje ljudskog mozga • Alati neuromarketinga • Metode istraživanja neuromarketinga • Determinante neuromarketinga: osjeti i percepcija • Determinante neuromarketinga: pažnja i svjesnost • Determinante neuromarketinga: emocije i osjećaji, • Determinante neuromarketinga: učenje i memorija; • Proces donošenja odluka o kupnji • Neuromarketing i marketinška komunikacija • Etičke dileme	
Ishodi učenja kolegija	
1. Razumjeti i kritički interpretirati primjenu koncepta neuromarketinga u ponašanju potrošača 2. Kritički analizirati neurološke procese u području ponašanju potrošača 3. Razumjeti suvremene analitičke metode i alate istraživanja ponašanja potrošača 4. Kritički promišljati i preispitati ograničenja i etičke dileme primjene neuromarketinga u ponašanju potrošača	

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Ramsøy, T. Z., Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience, Neurons, Inc Aps, 2015.
2.	Šola, M. H., Marketinška oružarnica, Redak, 2016.
3.	Zurawicki, L., Neuromarketing – Exploring the Brain of the Consumer, Springer, 2010.
Izborna literatura	
1.	Morin, C., The Persuasion Code: How Neuromarketing Can Help You Persuade Anyone, Anywhere, Anytime, Wiley, 2018.
2.	Pradeep, A. K., The buying brain : secrets for selling to the subconscious mind, Wiley, 2010.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Neuromarketing – nova marketinška paradigma (uloga i važnost)	1	1	0
2.	Koncept, razumijevanje ljudskog mozga	1	1	0
3.	Alati neuromarketinga	1	1	0

4.	Metode istraživanja neuromarketinga	1	1	0
5.	Determinante neuromarketinga: osjeti i percepcija	1	1	0
6.	Determinante neuromarketinga: pažnja i svjesnost	1	1	0
7.	Determinante neuromarketinga: emocije i osjećaji	1	1	0
8.	Determinante neuromarketinga: učenje i memorija	1	1	0
9.	Proces donošenja odluka o kupnji	1	1	0
10.	Neuromarketing i marketinška komunikacija	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Otkrivanje znanja iz podataka u znanstvenim istraživanjima**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mirjana Pejić Bach** **izv. prof. dr. sc. Jovana Zoroja**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	mpejic@net.efzg.hr; jzoroja@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Kolegij upoznaje studente s potencijalnim načinima korištenja otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima, s ciljem ospobljavanja studenata da koriste navedene metode u izradi znanstvenih radova, te u istraživanju doktorske disertacije. • Objasnit će se tipični istraživački problemi za čije istraživanje se mogu koristiti metode istraživanja otkrivanja znanja iz baza podataka: klasifikacija, prognoziranje i grupiranje. • Korištenjem softverskog paketa studenti će sudjelovati u tri radionice, gdje će izraditi studije slučajeva korištenja metoda otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima. • Studenti će također izraditi vlastiti znanstveno-istraživački projekt. • Uvod u otkrivanje znanja iz podataka u znanstvenim istraživanjima. • Osnovni pojmovi otkrivanja znanja iz podataka. • Specifičnosti korištenja u znanstvenim istraživanjima. • Proces otkrivanja znanja iz podataka. • Tipične primjene. Metode klasifikacije, predviđanja i grupiranja	

Ishodi učenja kolegija	
1. postaviti istraživačko pitanje s obzirom na otkrivanje znanja iz podataka, identificirati adekvatan način prikupljanja podataka, identificirati zavisne i nezavisne varijable, izabrati metode otkrivanja znanja s obzirom na karakteristike varijabli. 2. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati proces otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima 3. provesti znanstveno istraživanje korištenjem metoda grupiranja, klasifikacije i prognoziranja (stabla odlučivanja, klaster analiza, asocijativna pravila, regresijska analiza, neuronske mreže) 4. vrednovati parametre modela otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima 5. kritički ocijeniti primjenu metoda otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima u kontekstu suvremenih istraživanja iz područja digitalnog poslovanja i digitalne ekonomije	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Witten, I. H., Frank, E., Hall, M. A., & Pal, C. J., Data Mining: Practical machine learning tools and techniques, Morgan Kaufmann, 2016.
2.	Pejic-Bach, M., & Kerep, I., Weka–tool for data mining, 2011.
Izborna literatura	
1.	Torgo, L., Data mining with R: learning with case studies, Chapman and Hall/CRC., 2016.
2.	Roiger, R. J., Data mining: a tutorial-based primer., Chapman and Hall/CRC., 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S

1.	Pojam otkrivanja znanja iz baza podataka. Primjene otkrivanja znanja iz baza podataka i preduvjeti implementacije. Standardizirani postupci.	2	0	0
2.	Priprema podataka. Vrste varijabli. Opisivanje varijabli. Preuzimanje podataka iz dostupnih baza podataka (UCI, Eurostat). Prikupljanje podataka vlastitim istraživanjem.	0	1	0
3.	Metode klasifikacije. Stabla odlučivanja. Odabir varijabli za stabla odlučivanja. Podešavanje parametara stabla odlučivanja. Ocjenjivanje validnosti modela stabla odlučivanja.	0	1	0
4.	Metode grupiranja. Klaster analiza. Odabir varijabli za klaster analizu. Određivanje broja klastera	0	1	0
5.	Metode povezivanja. Asocijativna pravila. Podešavanje parametara za odabir pravila.	0	1	0
6.	Metode neuronskih mreži prognoziranja vremenskih serija. Primjena u prognoziranju dionica.	0	1	0
7.	Primjena otkrivanja znanja iz baza podataka u znanstvenim istraživanjima.	2	0	0
8.	Analiza istraživačkih tema u području unaprijeđenja postupka otkrivanja znanja iz baza podataka (odabir varijabli, podešavanje parametara, odabir metoda).	2	0	0
9.	Studija slučaja: Otkrivanje znanja iz baza podataka u financijama - kreditni skoring.	0	1	0
10.	Studija slučaja: Otkrivanje znanja iz baza podataka u marketingu – segmentacija tržišta.	0	1	0
11.	Studija slučaja: Otkrivanje znanja iz baza podataka u forenzičkom računovodstvu – otkrivanje prijevara	0	1	0
12.	Studija slučaja: Analiza teksta u analizi patenata.	0	1	0
13.	Studija slučaja: Analiza teksta u analizi društvenih medija.	0	1	0

14.	Radionica: Postavljanje hipoteza u istraživačkom radu koji koristi metodu otkrivanja znanja iz baza podataka.	2	0	0
15.	Radionica: Definiranje znanstvenog i praktičnog doprinosa u istraživačkom radu koji koristi metodu otkrivanja znanja iz baza podataka	2	0	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Računovodstvene politike i upravljanje prodajom**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Lajoš Žager** **prof. dr. sc. Sanja Sever Mališ**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	lzager@net.efzg.hr; ssever@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
1. Računovodstvena načela i politike kao polazište za razradu standarda financijskog izvještavanja 2. Uloga financijskih i nefinancijskih informacija u upravljanju prodajom 3. Najznačajnije računovodstvene politike u kontekstu vrednovanja proizvoda 4. Problematika vrednovanja nematerijalne imovine poduzeća s naglaskom na marku 5. Priznavanje prihoda od prodaje proizvoda i pružanja usluga; Prihodi iz ugovora s kupcima 6. Razvrstavanje troškova; Tretman troškova istraživanja i razvoja te troškova marketinga 7. Točka pokrića u funkciji poslovnog odlučivanja o budućnosti proizvoda 8. Dobit i novčani tok u ovisnosti o životnom ciklusu proizvoda 9. Mjerenje profitabilnosti poduzeća i značaj marže profita; Razlikovanje različitih mjera profitabilnosti (EBIT, EBITDA, rentabilnost imovine, rentabilnost kapitala) 10. Revizija ciklusa prodaje i naplate potraživanja
Ishodi učenja kolegija
1. spoznati važnost računovodstvenih informacija u upravljanju prodajom 2. razumjeti povezanost izbora računovodstvenih politika s poslovnim ciljevima poduzeća, 3. diskutirati o prednostima, nedostacima i mogućnostima računovodstvenog vrednovanja nematerijalne imovine kao što je marka, 4. upoznati se s računovodstvenim tretmanom troškova specifičnih za funkciju prodaje,

5. primijeniti analitičke postupke u svojstvu razmatranja utjecaja odabranih računovodstvenih politika na profitabilnost poduzeća
6. analizirati ključna pitanja na koja se usmjeravaju revizori prilikom revizije ciklusa prodaje.

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☐ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☒ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☒ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Žager, K. et al., Analiza financijskih izvještaja: načela, postupci, slučajevi, HZRiFD, Zagreb, 2017.
2.	Drury, C., Management Accounting for Business. Fifth Edition., Cengage Learning, Boston, 2013.
3.	Arens, A.A., Elder, R. J. & Beasley, M. S., Auditing and Assurance Sevices. Sixteenth Edition, Pearson, Harlow, UK., 2017.

Izborna literatura

1.	Dyson, J. R. & Franklin, E., Accounting for non-accounting students. Ninth Edition, Pearson, Harlow, UK., 2017.
2.	Wahlen, J. M., Baginski, S. P. & Bradshaw, M., Financial Reporting, Financial Statement Analysis and Valuation: A Strategic Perspective., Cengage Learning, Boston, 2017.
3.	Aerts, W. & Walton, P., Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis. Third Edition, Cengage Learning, Boston., 2013.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Temeljna računovodstvena načela kao podloga za izradu standarda financijskog izvještavanja	2	2	0

2.	Temeljna računovodstvena načela kao podloga za izradu standarda financijskog izvještavanja	2	2	0
3.	Uloga i značaj računovodstvenih politika u prodaji	2	2	0
4.	Uloga i značaj računovodstvenih politika u prodaji	2	2	0
5.	Revizija prihoda od prodaje i potraživanja od kupaca	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. Ocjena kvalitete programa i nastavnog procesa sustavno će se provoditi pomoću pisane evaluacije koja je oblikom usuglašena s aktima Sveučilišta u Dubrovniku te Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (studentska anketa o kvaliteti nastavnih aktivnosti, samoanaliza nastavnika).
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Regulacija financijskog tržišta u digitalnom okruženju**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Tonći Svilokos** **izv. prof. dr. sc. Meri Šuman Tolić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik E-K10
Telefon	+385 20 445 929
e-mail	tonci.svilokos@unidu.hr; meri.suman-tolic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Financijske tehnologije (FinTech), odnosno financijske usluge koje se temelje na tehnološkim inovacijama, znatno su se razvile tijekom posljednjih godina i utječu na način oblikovanja i pružanja financijskih usluga. Rizici povezani s inovacijama u financijskom sektoru narušavaju povjerenje klijenata i prijete stabilnosti financijskog sustava, pa je regulatorni okvir od ključne važnosti za učinkovito i neometano pružanje financijskih usluga. U okviru ovog kolegija obradit će se sljedeće teme: • Regulacija financijske stabilnosti i zaštite potrošača i investitora • Kriptovalute i izazovi njihove regulacije • Regulativa kibernetičke sigurnosti • Regulacija sprečavanja korištenja financijskog sustava u svrhu pranja novca i financiranja terorizma. • Regulacija prekograničnog plaćanja • Regulacija zašite potrošača i osobnih podataka (GDPR) • Regulacija vezana za minimalna kapitalnih ulaganja (BASEL I, II i III) • Regulacija tržišta i instrumenata tržišta kapitala (MIFID)
Ishodi učenja kolegija
1. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati važnost regulacije financijskog tržišta u digitalnom okruženju 2. analizom primjene regulativa na hrvatskom i svjetskim financijskim tržištima studenti će moći identificirati domene, motive, ograničenja, uzroke i posljedice regulacije financijskog tržišta u digitalnom

okruženju
3. usporedbom regulativa koje su na snazi u zemljama EU studenti će moći kritički preispitati njihove prednosti/nedostatke, sličnosti i razlike na različitim financijskim tržištima
4. sintetiziranjem različitih aspekata europskog regulatornog okvira studenti će moći kritički procijeniti osigurava li on adekvatnu razinu zaštite financijskih ulagača i potrošača, te integritet i stabilnost suvremenog financijskog sustava
5. kritički preispitati utjecaj aktualnih trendova regulacije financijskih tržišta u digitalnom okruženju na ostvarenje makroekonomskih ciljeva

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Loesch, S., The Fintech Entrepreneur’s Guide to Regulation and Regulatory Strategy,WILEY, 2018.
Izborna literatura	
1.	Gilchrist, A., FinTech Rising: Navigating the maze of US & EU regulations, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Regulacija financijske stabilnosti i zaštite potrošača i investitora	1	1	0
2.	Kriptovalute i izazovi njihove regulacije	2	2	0

3.	Regulativa kibernetičke sigurnosti	1	1	0
4.	Regulacija sprečavanja korištenja financijskog sustava u svrhu pranja novca i financiranja terorizma.	1	1	0
5.	Regulacija prekograničnog plaćanja	1	1	0
6.	Regulacija zašite potrošača i osobnih podataka (GDPR)	1	1	0
7.	Regulacija vezana za minimalna kapitalnih ulaganja (BASEL I, II i III)	1	1	0
8.	Regulacija tržišta i instrumenata tržišta kapitala (MIFID)	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Strategija u kontekstu interaktivnosti marketinga**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Jurica Pavičić** **prof. dr. sc. Goran Vlašić**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	jpavicic@net.efzg.hr; gvlasic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Strategija i interaktivnost – principi i alati • Strategija i personalizacija – proces donošenja odluke • Strategija i platformska ekonomija • Strategija i ekspertni sustavi • Strategija i podaci i informacije („big data“) • Strategija i umjetna inteligencija
Ishodi učenja kolegija
1. Kritički prosuditi teorije i modele u području strateškog marketinga te izazove i prilagodbe koje nastaju kao rezultat masovne interaktivnosti 2. Predložiti istraživački proces i postaviti hipoteze iz područja strateškog marketinga u kontekstu interaktivnosti 3. Preispitati odnos strateškog marketinga i interaktivnosti/personalizacije 4. Kritički prosuditi ulogu platformske ekonomije u kontekstu strategije marketinga 5. Kritički prosuditi ulogu ekspertnih sustava u kontekstu strategije marketinga 6. Kritički prosuditi ulogu podataka i informacija (big data) u kontekstu strategije marketinga 7. Kritički prosuditi ulogu umjetne inteligencije u kontekstu strategije marketinga

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Hanssens D.M., Pauwels K.H., Demonstrating the Value of Marketing, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 173-190.
2.	Zhang J.Z., Watson IV J.F., Palmatier R.W., Dant R.P., Dynamic Relationship Marketing, Journal of Marketing, 80 (September), 2016, p.p. 53-75.
3.	Challagalla G., Murtha B.R., Jaworski B., Marketing Doctrine: A Principles- Based Approach to Guiding Marketing Decision Making in Firms,, Journal of Marketing, 78 (July),, 2014, p.p. 4-20.
4.	Kumar V., Transformative Marketing: The Next 20 Years, Journal of Marketing, 82 (July), 2018, p.p. 1-12.
5.	De Haan, Ev, Kannan P.K., Verhoef P.C., Wiesel T., Device Switching in Online Purchasing: Examining the Strategic Contingencies, Journal of Marketing, 82 (September), 2018, p.p. 1-19.
6.	Ramaswamy V., Ozcan K., Offerings as Digitalized Interactive Platforms: A Conceptual Framework and Implications,, Journal of Marketing, 82 (July), 2018, p.p. 19-31.
7.	Kumar V., A Theory of Customer Valuation: Concepts, Metrics, Strategy, and Implementation, ournal of Marketing, 82 (January), 2018, p.p. 1-19.
8.	Lemon K.N., Verhoef P.C., Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 69-96.
9.	Moorman C., Day G.S., Organizing for Marketing Excellence, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 6-35.
10.	Kumar V., Reinartz W., Creating Enduring Customer Value, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 36-68.
11.	Wedel M, Kannan P.K., Marketing Analytics for Data-Rich Environments, ournal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 97-121.
12.	Lamberton C., Stephen A. T., A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry,, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 146-172.

13.	Kim, Y., Peterson, R.A., A Meta-analysis of Online Trust Relationships in E-commerce, ournal of Sveučilište u Dubrovniku • University of Dubrovnik Ekonomski fakultet, Adresa • 20000 Dubrovnik • Croatia T: (020) 445-… • F: (020) 445-… W: www.unidu.hr • E: _____@unidu.hr Ekonomski fakultet Sveučilišta u Dubrovniku Stranica 51 Interactive Marketing, 38 (1),, 2017, p.p. 44-54.
14.	Bharadwaj A., El Sawy O., Pavlou P., Venkatraman, N.V., Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights, MIS Quarterly, 37 (2),, 2013, p.p. 471-482.
15.	Kane, G.C., Palmer, D., Phillips, A.N., Kiron D., Buckley, N., trategy, not technology, drives digital transformation, MIT Sloan Management Review, 2015.
Izborna literatura	
1.	Struhl S., Artificial Intelligence Marketing and Predicting Consumer Choice: An Overview of Tools and Techniques,, Kogan Page Publishing, 2017.
2.	Chavez T., Data Driven: Harnessing Data and AI to Reinvent Customer Engagement, McGraw-Hill Education, 2018.
3.	Sterne J., Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications, Wiley Publishing, 2017.
4.	Prahalad C.K., Ramaswamy V., Co-creation experiences: The next practice in value creation, ournal of Interactive Marketing, 18 (3), 2015, p.p. 5-14.
5.	Kaufman I., Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, Routledge, 2014.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Strategija i interaktivnost – principi i alati	2	2	0
2.	Strategija i personalizacija – proces donošenja odluke	2	2	0
3.	Strategija i platformska ekonomija	2	2	0
4.	Strategija i podaci i informacije („big data“)	2	2	0
5.	Strategija i umjetna inteligencija	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Strateški menadžment u turizmu i digitalna transformacija**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Mislav Ante Omazić** **izv. prof. dr. sc. Ingeborg Matečić**
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	momazic@net.efzg.hr; imatecic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
U okviru ovoga kolegija izučavaju se globalizacijski procesi i suvremeni trendovi u turizmu koji utječu na strukturne promjene na svjetskom turističkom tržištu. Kritički se analiziraju integracijski i konsolidacijski procesi te internacionalizacija poslovanja turističkih poduzeća (posebno u hotelijerstvu i turoperatorstvu) koji dovode do kreiranja multinacionalnih korporacija i stvaranju nepovoljnijih uvjeta privređivanja malim i srednjim poduzećima. Analiziraju se prednosti i nedostaci klasičnih u odnosu na suvremene kanale distribucije te se razmatraju strategije za postizanje i očuvanje konkurentske prednosti destinacija i poduzeća u uvjetima „SoLoMo“ tehnologije u digitalnoj distribuciji usluga. Razrađuje se metodološki pristup razvoju strateških planova na makro i mikro razini (turističkih destinacija i turističkih poduzeća) te daju primjeri dobre prakse u inovacijama u poslovanju.
Ishodi učenja kolegija
1. Prepoznavati i reagirati na kritične elemente u procesu dinamičnih promjena na međunarodnom turističkom tržištu 2. Demonstrirati sposobnost analiziranja strukturnih odnosa i promjena na emitivnom i receptivnom turističkom tržištu te planiranja, organiziranja i odlučivanja o nužnim aktivnostima za rješavanja izazova u poslovanju

3. Razumijevati procese i aktivnosti korporativnog strateškog planiranja
4. Definirati i valorizirati odgovarajuće strategije upravljanja u turizmu na makro i mikro razini u uvjetima digitalne transformacije
5. Demonstrirati sposobnost prepoznavanja prilika za postizanje konkurentske prednosti na turističkom tržištu
6. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati strateški plan upravljanja određenom turističkom destinacijom ili poduzećem u turizmu u digitalnom dobu.

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Moutinho, L., Strategic Management in Tourism, CABI Publishing, 2018.
2.	Nigel, E., Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events, second edition, Routledge, 2015.
3.	Benchendorff, P., Tourism Information Technology, CABI Publishing, 2019.
4.	Čavlek. N., Tourism Distribution and Intermediaries. U Cooper, C., Volo, S. Gartner, W.C. & Scott, N.(eds.). The SAGE Handbook of Tourism Management,, SAGE Publications Ltd., 2018.
5.	Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J.C., Baloglu, S., Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson, 2017.
Izborna literatura	
1.	Phillips, P. & Moutinho, L., Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism, Annals of Tourism Research, Volume 48, 2014, p.p. 96-120.
2.	Čavlek, N., Communist Connections? Chinese Tourists in Croatia, u The World Meets Asian Tourists, P.L. Pearce & M-Y. Wu (eds)., Emerald: Bingley, ISBN: 978-1-78560-219-1; ISSN: 2042-1443 (Series), 2017, p.p. 213-230.
3.	Dwyer, L. Edvards, D. Mistilis, N. Roman C. & Scott, N. (, Destination and enterprise management for a tourism future,, Tourism Management, 30(2), 2009, p.p. 63-74.

4.	Čavlek, N., Travel and Tourism Intermediaries: Their Changing Role, u Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies, C. Tisdell (ed.),, World Scientific Publishing: Singapore, ISBN: 978-9814327077, 2013, p.p. 191-206.			
POPIS TEMA				
Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**		
		P	**V**	**S**
1.	Globalizacija i promjene na međunarodnom turističkom tržištu u uvjetima digitalne transformacije, izazovi i prilike	2	2	0
2.	Integracijski i konsolidacijski procesi i internacionalizacija poslovanja u hotelijerstvu. Inovacije u poslovanju	3	2	0
3.	Istraživački pristupi u strateškom menadžmentu	3	2	0
4.	Strategije konkurentnosti za destinacije i poduzeća u turizmu u uvjetima „SoLoMo“ tehnologije	3	2	0
5.	Promjena uloge kanala distribucije u turizmu	2	2	0
6.	Kretanje kapitala u turizmu i strateško pozicioniranje destinacija	2	0	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**
OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE				
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta				
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE				
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.				
POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE				
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**				
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**				

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Suradničke tehnologije i mreže**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Ivan Strugar** **prof. dr. sc. Božidar Jaković**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	istrugar@net.efzg.hr; bjakovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Kolegij upoznaje studente sa razvojem i primjenom računalnih mreža i suradničkih tehnologija u poslovnim sustavima. • Objasniti će se kako je razvoj mrežnih, mobilnih i informacijsko komunikacijskih tehnologija utjecao na razvoj komunikacije čovjeka i stroja, koje su posljedice na razvoj i promjene individualne i grupne komunikacije u društvu i u poslovnim sustavima. • Suradničke tehnologije i mreže i pružaju vrlo velike mogućnosti razvoja novih komunikacijskih i suradničkih modela kako u poslovnim tako i u društvenim sustavima. • Predstavljaju potpuno nove mogućnosti stvaranja novih vrijednosti, temelj su digitalne transformacije poduzeća i razvoja novih organizacijskih i poslovnih modela i Industrije 4.0.
Ishodi učenja kolegija
1. razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati utjecaj razvoja informacijsko komunikacijskih i mobilnih tehnologija na poslovne modele i poslovnu praksu i prepoznati najvažnije trendove iz tog područja 2. kritički ocijeniti mogućnosti primjene suradničkih tehnologija i modela u kontekstu istraživačkog rada, ocijeniti mogući utjecaj razvoja i primjene različitih modela na individualnu i društvenu komunikaciju, društvene i poslovne organizacije i procese 3. kritički preispitati opcije primjene suradničkih tehnologija i modela u poslovnoj praksi, kritički razmišljati o dosegu, posljedicama i načinima primjene

4. vrednovati utjecaj aktualnih trendova razvoja suradničkih tehnologija i modela u kontekstu znanstvenog istraživanja iz područja poslovne ekonomije 5. odabrati strategiju upravljanja suradničkim tehnologijama i modela koja će omogućiti uspješno i održivo poslovanje poduzeća, argumentirati odabir, procijeniti učinke izbora, te usporediti postignute rezultate i zadane ciljeve

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Okada Kenichi, Hoshi Tohru, Inoue Tomoo, Communication and Collaboration Support Systems (Advanced Information Technology), IOS Press, ISBN: 1586035142, 2005.
2.	Borgatti Stephen P., Everett Martin G., Johnson Jeffrey C, Analyzing Social Networks, 2018.
3.	Tapscott, Anthony D. Williams, Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, Portfolio Hardcover; Expanded edition (April 17, 2008), 2008.
4.	Stawski Scott, Inflection Point: How the Convergence of Cloud, Mobility, Apps, and Data Will Shape the Future of Business, 2018.
5.	Brynjolfsson Erik, McAfee Andrew:, The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, January 25, 2016.
6.	Shrier David, Pentland Alex, Frontiers of Financial Technology: Expeditions in future commerce, from blockchain and digital banking to prediction markets and beyond, , 2016.
7.	Hansen T.Morten, Collaboration, How The leaders avoid the traps, create unity, and create big results, MIT, 2009.
Izborna literatura	
1.	Barabasi Albert-Laszlo, Linked: How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life, 2014.
2.	Shah Mahmood Hussain, Mobile Working: Technologies and Business Strategies, Routledge, 2014.
3.	Schmidt Eric, Cohen Jared, Novo digitalno doba, Profil, 2013.

4.	Schwab Klaus, The Fourth Industrial Revolution, 2017.
5.	Foster Wade, Schreiber Danny, The Ultimate Guide to Remote Work: How to Grow, Manage and Work with Remote Teams, 2015.
6.	Castells Manuel, Internet Galaksija, Jesenski i Turk, 2003.
7.	Tapscott Don, Williams Anthony D, Radical Openness: Four Unexpected Principles for Success, TED Books, 2013.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Uloga i razvoj suradničkih sustava, generacije suradničkih sustava, suradnja i timski rad, poslovni sustav i timske tehnologije, suradničke tehnologije i digitalna transformacija	2	2	0
2.	Groupware i suradničke tehnologije, klasifikacija i pretpostavke za implementaciju suradničkih tehnologija, organizacija i formalna i neformalna komunikacija i suradničke tehnologije, virtualni timovi i organizacija, uloga suradničkih tehnologija u digitalnoj transformaciji	2	2	0
3.	Razvoj i implementacija suradničkih sustava u poslovni informacijski sustav, prepreke u korištenju suradničkih tehnologija u poslovnim sustavima problemi vjerodostojnosti u elektroničkoj komunikaciji, elektronički potpis e-mail komunikacija, mogućnosti, prednosti i nedostaci, sustavi za razmjenu izravnih poruka u poslovanju	2	2	0
4.	Video konferencije u poslovanju, sustavi za potporu sastancima i grupnom odlučivanju interni portali,	2	2	0
5.	Upravljanje sadržajem, vrste i uloga portala u informacijskom sustavu poduzeća, porijeklo, razvoj portala poduzeća, prednosti korištenja portala poduzeća, arhitektura portala, problemi izgradnje	2	2	0
6.	Uloga inteligentnih agenata, opseg portala, izvori podataka, strukturirane i nestrukturirane informacije i uloga portala, upravljanje sadržajem.- Content Management Systems (CMS)	2	2	0
	UKUPNO SATI	**12**	**12**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Suvremene teorije marketinga**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Jurica Pavičić** **prof. dr. sc. Iris Mihajlović**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK11
Telefon	+385 20 445 930
e-mail	jpavicic@net.efzg.hr; iris.mihajlovic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Marketing: Koncept • Marketing: Resursi • Marketing: Procesi • Marketing u organizaciji: Struktura • Marketing u organizaciji: Utjecaj marketinga na poslovne rezultate • Marketing u organizaciji: Integracija marketinga i prodaje • Područje marketinga: Marketinška strategija • Područje marketinga: Marketinško modeliranje • Područje marketinga: Ponašanje potrošača • Redefiniranje marketinga u digitalnoj ekonomiji	
Ishodi učenja kolegija	
1. Kritički prosuditi teorije i modele u području marketinga 2. Predložiti istraživački proces i postaviti hipoteze iz područja marketinga 3. Razumjeti koncept marketinga i njegovu ulogu u cjelokupnoj organizaciji 4. Kritički prosuditi i razumjeti mogućnost unapređenja znanja u pojedinim područjima marketinga 5. Razumjeti kako integrirati tradicionalni i digitalni marketing	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	

☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Kumar V., Integrating Theory and Practice in Marketing, Journal of Marketing, 81 (March), 2017, p.p. 1-7.
2.	Kumar V, Keller K.L., Lemon K.N., Mapping the Boundaries of Marketing: What Needs to Be Known, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 1-5.
3.	Hanssens D.M., Pauwels K.H., Demonstrating the Value of Marketing, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 173-190.
4.	Moorman C. and Rust R., The Role of Marketing, Journal of Marketing, 63, 1999.
5.	Moorman C., Day G.S., Organizing for Marketing Excellence, Journal of Marketing, 80 (November), 2016, p.p. 6-35.
6.	Kumar V., Transformative Marketing: The Next 20 Years, Journal of Marketing, 82 (July), 2018, p.p. 1-12190.
7.	Homburg et al, Marketing's Influence Within the Firm, Journal of Marketing, 63, 1999.
8.	Ruekert R. et al, The Organization of Marketing Activities: A Contingency Theory of Structure and Performance, Journal of Marketing, 49, 1985.
9.	Vohries D., Morgan N. , A Configuration Theory Assessment of Marketing Organization Fit with Business Strategy and Its Relationship with Marketing Performance, Journal of Marketing, 67 (January), 2003.
10.	Krohmer H. et al, Should Marketing Be Cross-Functional? Conceptual Development and International Empirical Evidence, Journal of Business Research, 55, 2002.
11.	Ruekert R., Walker O., Marketing's Interaction with Other Functional Units: A Conceptual Framework and Empirical Evidence, Journal of Marketing, 51 (January), 1987.
12.	Homburg, C., Jensen O., The Thought World of Marketing and Sales: Which Difference Makes a Difference?, Journal of Marketing, (July), 2007.
13.	Day G., The Capabilities of Market-Driven Organizations, Journal of Marketing, 58 (October), 1994.
14.	Kohli, Ajay K. and Bernard J. Jaworski, Market Orientation: The Construct, Research Propositions, Journal of Marketing, 54 (2), 1990, p.p. 1-18.

15.	Narver, John C. and Stanley F. Slater, The Effect of a Market Orientation on Business Profitability, Journal of Marketing, 54 (4), 1990, p.p. 23-35.
16.	Ajzen, I., Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, Journal of Applied Social Psychology, 32, 2002, p.p. 665-683.
17.	Jaworski, Bernard J., Ajay K. Kohli, and Arvind Sahay, Market-driven Versus Driving Markets, Journal of the Academy of Marketing Science, 28 (1), 2000, p.p. 45-54.
18.	Narver, John C., Stanley F. Slater, and Douglas L. MacLachlan, Responsive and Proactive Market Orientation and New Product Success, Journal of Product Innovation Management, 21 (5), 2004, p.p. 334-347.
19.	Maslow, Abraham H., A theory of Human Motivation, Psychological Review, 50 (4), 1943, p.p. 370-396.
20.	Klahr, David and Milena Nigam, The equivalence of learning paths in early science instruction: Effects of direct instruction and discovery learning, Psychological Science, 15 (10), 2004, p.p. 661-667.
21.	Mele, Cristina, Jaqueline Pels, and Kaj Storbacka, A Holistic Market Conceptualization, Journal of the Academy of Marketing Science, 2014, p.p. 1-15.
22.	Zhou, Kevin Z., Chi K. Yim, and David K. Tse, The Effects of Strategic Orientations on Technology- and Market- based Breakthrough Innovations, Journal of Marketing, 69 (2), 2005, p.p. 42-60.
23.	Christensen Clayton M., Bower Joseph L., Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms, Strategic Management Journal, 17 (3), 1996, p.p. 197-218.
Izborna literatura	
1.	Levitt, T., Innovation in marketing: New perspectives for profit and growth, New York: McGraw-Hill, 1962.
2.	Bettman, James R., An Information Processing Theory of Consumer Choice, Reading: Addison Wesley, 1979.
3.	Carpenter, Gregory S. and Donald R. Lehmann, A Model of Marketing Mix, Brand Switching, and Competition, Journal of Marketing Research, 22 (3), 1985.
4.	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, John Wiley & Sons, 2017.
5.	Martin, D., Schouten, J., Sustainable Marketing, Prentice Hall, 1 edition, 2011.
6.	East, R., Singh J., Wright, M., Vanhuele, M., Consumer Behaviour, Applications in Marketing, SAGE Publications Ltd., 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Teorije i modeli u području marketinga	2	2	0

2.	Redefiniranje marketinga u digitalnoj ekonomiji	2	1	0
3.	Marketing kao strategija – stanje i istraživački smjerovi	3	2	0
4.	Marketing kao organizacijska jedinica – stanje i istraživački smjerovi	3	2	0
5.	Razvoj teorija u marketingu	2	1	0
6.	Istraživački pristupi u marketingu	3	2	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)	
OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Teorija digitalnog marketinga i društvenih medija**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Goran Vlašić**
Zgrada, kabinet	;;
Telefon	;;
e-mail	gvlasic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
1. Digitalna transformacija marketinga i razvoj teorije digitalnog marketinga 2. Identifikacija relevantnih znanstvenih rasprava i tema u području digitalnog marketinga (MSI Research Priorities Initiative) 3. Struktura digitalnih medija 4. The Big Tech i posljedice za digitalni marketing 5. Obilježja društvenih medija i uloga digitalnih sadržaja 6. Utjecaj digitalnih tehnologija na teoriju ponašanja potrošača (put odlučivanja potrošača, korisničko iskustvo i korisničko sučelje, angažiranost potrošača, personalizacija, ko-reacija) 7. Uloga digitalnih tehnologija u organizaciji i provođenju marketinških aktivnosti (Martech) 8. Posljedice integracije svih marketinških kanala 9. Vodeće znanstvene publikacije i istraživački centri u području digitalnog marketinga i društvenih medija 10. Oblikovanje istraživačkog prijedloga u području digitalnog marketinga i društvenih medija	
Ishodi učenja kolegija	

1. Razumjeti, interpretirati i kritički promišljati fenomen digitalne transformacije s aspekta marketinga 2. Razumjeti i interpretirati teoriju i modele digitalnog marketinga i društvenih medija 3. Demonstrirati sposobnost osmišljavanja, dizajniranja, implementiranja i prilagođavanja procesa znanstvenog istraživanja iz područja digitalnog marketinga i društvenih medija 4. Samostalno istraživati probleme u područjima digitalnog marketinga i društvenih medija te objavljivati originalne rezultate istraživanja 5. Kritički analizirati, evaluirati i sintetizirati nove istraživačke ideje u područjima digitalnog marketinga i društvenih medija

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Kannan, P. K., Li, A., Digital marketing: A framework, review and research agenda, International Journal of Research in Marketing. 34., 2017, p.p. 22-45.
2.	Deighton, J., Kornfeld, L., Interactivity's Unanticipated Consequences for Marketers and Marketing, Journal of Interactive Marketing 23 (1), 2009, p.p. 4-10.
3.	Malthouse, E., & Hofacker, C., Looking back and looking forward with interactive marketing, Journal of Interactive Marketing, 24(3), 2010, p.p. 181-184.
4.	Constantinides, E., Foundations of Social Media Marketing, Procedia - Social and Behavioral Sciences 148, 2014, p.p. 40-57.
5.	Lee, I., Big data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges, Business Horizons, 60(3) , 2017, p.p. 293-303.
6.	Fudurić, M., Malthouse, E. C., & Viswanathan, V., Keep it, shave it, cut it: A closer look into consumers' video viewing behavior , Business Horizons, 61(1), 2018, p.p. 85-93.
7.	Erdem, T., Keller, K.L., Kuksov, D., Pieters, R., Understanding branding in a digitally empowered world, International Journal of Research in Marketing, 33(1), 2016, p.p. 3-10.
8.	Gensler, S., Völckner, F., Liu-Thompkins, Y., Wiertz, C., Managing Brands in the Social Media Environment., Journal of Interactive Marketing, 27, 2013, p.p. 242-256.

9.	P. A. , Marketing in computer-mediated environments: Research synthesis and new directions, Journal of Marketing, 78(1), 2014, p.p. 20-40.
10.	Felix, R., Rauschnabel P.A., Hinsch C., Elements of strategic social media marketing: A holistic framework, Journal of Business Research, 70, 2016, p.p. 118-126.
Izborna literatura	
1.	Chaffey, D., Smith, P.R. , Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5th Edition, Routledge, 2017.
2.	Tuten, T.L., Solomon, M.R., Social Media Marketing, 2nd Edition, SAGE Publications Ltd, 2014.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Digitalna transformacija marketinga i razvoj teorije digitalnog marketinga	2	0	0
2.	Identifikacija relevantnih znanstvenih rasprava i tema u području digitalnog marketinga (MSI Research Priorities Initiative)	0	2	0
3.	Struktura digitalnih medija	1	0	0
4.	The Big Tech i posljedice za digitalni marketing	1	0	0
5.	Obilježja društvenih medija i uloga digitalnih sadržaja	1	0	0
6.	Utjecaj digitalnih tehnologija na teoriju ponašanja potrošača (put odlučivanja potrošača, korisničko iskustvo i korisničko sučelje, angažiranost potrošača, personalizacija, ko-reacija)	2	0	0
7.	Uloga digitalnih tehnologija u organizaciji i provođenju marketinških aktivnosti (Martech)	1	0	0
8.	Posljedice integracije svih marketinških kanala	1	0	0
9.	Vodeće znanstvene publikacije i istraživački centri u području digitalnog marketinga i društvenih medija	1	0	0

10.	Oblikovanje istraživačkog prijedloga u području digitalnog marketinga i društvenih medija	0	8	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Teorije organizacije i menadžmenta**
Semestar	Ljetni (2. sem)
Broj ECTS bodova	5 ECTS
Status kolegija	Obvezni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Sanda Rašić Jelavić** **prof. dr. sc. Tomislav Hernaus**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	srasic@net.efzg.hr; thernaus@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Određenje teorije i znanosti o organizaciji/menadžmentu • Klasifikacija i pregled teorija organizacije i menadžmenta • Strukturalne teorije organizacije i menadžmenta: Teorija znanstvenog menadžmenta, Administrativna teorija, Birokratska teorija • Biheviorističke teorije organizacije i menadžmenta: Teorija međuljudskih odnosa, Teorija ljudskih resursa (Teorija participativnog menadžmenta, Teorija interpersonalne kompetentnosti, Teorija motivacije, Teorija vodstva) • Moderne teorije organizacije i menadžmenta: Sustavska teorija, Teorija menadžmenta održivog razvoja, Teorija izvrsnosti, Kontingencijska teorija, Neoinstitucionalna teorija, Populacijsko-ekološka teorija, Teorija organizacijske ekonomije, Teorija resursne međuzavisnosti, Višerazinska teorija organizacije, Mrežna teorija organizacije • Ostale teorije organizacije i menadžmenta
Ishodi učenja kolegija
1. Objasniti ulogu i važnost znanstvenog proučavanja prakse organizacije i menadžmenta 2. Opisati kontekst razvoja i specifičnost pojedinih teorija organizacije i menadžmenta 3. Kritički preispitati postavke pojedinih teorija organizacije i menadžmenta 4. Prepoznati komplementarnost teorija organizacije i menadžmenta 5. Diskutirati o perspektivi razvoja organizacijske i menadžerske znanosti kao i o područjima njihove primjene u praksi

6. Koristiti kontekst pojedinih teorija kao polazišnu osnovu za oblikovanje i provođenje znanstvenih istraživanja

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☐ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Smith, K. G. i Hitt, M. A., ur., Great Minds in Management: The Process of Theory Development, Oxford University Press, New York., 2007.
2.	Miles, J. A., Management and Organization Theory: A Jossey-Bass Reader, Jossey-Bass, San Francisco., 2012.
3.	Tsoukas, H. i Knudsen, C., ur., he Oxford Handbook of Organization Theory: Meta-theoretical Perspectives, Oxford University Press, New York, 2003.
Izborna literatura	
1.	Sikavica, P., Organizacija, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2.	Hernaus, T., Organizacijske teorije, u Galetić, L. (ur.), Organizacija, Sinergija nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2016, p.p. 27-66.
3.	Shafritz, J. M., Ott, J. S. i Jang, Y. S., Classics of Organization Theory, 7. izdanje, Wadworth Cengage Learning, Boston, 2011.
4.	Tosi, H. L., Theories of Organization, SAGE Publications, Thousand Oaks, 2008.
5.	Hatch, M. J. i Cunliffe, A. L., Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives, Oxford University Press, New York, 2013.

POPIS TEMA

Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**		
		P	**V**	**S**

1.	Određenje teorije i znanosti o organizaciji/menadžmentu; Klasifikacija i pregled teorija organizacije i menadžmenta	1	0	0
2.	Strukturalne teorije organizacije i menadžmenta: Teorija znanstvenog menadžmenta, Administrativna teorija, Birokratska teorija	2	1	0
3.	Biheviorističke teorije organizacije i menadžmenta: Teorija međuljudskih odnosa, Teorija ljudskih resursa (Teorija participativnog menadžmenta, Teorija interpersonalne kompetentnosti, Teorija motivacije, Teorija vodstva)	2	2	0
4.	Teorija izvrsnosti;Teorija menadžmenta održivog razvoja	2	2	0
5.	Mikro-teorije organizacije: teorija karakteristika posla, teorija samodeterminacije, teorije odlučivanja	2	1	0
6.	Makro-teorije organizacije: sustavska teorija, kontingencijska i konfiguracijska teorija, teorija organizacijske ekonomije	2	1	0
7.	Meta-teorije organizacije: Populacijsko-ekološka teorija, neoinstitucionalna teorija, teorija resursne međuzavisnosti	1	1	0
8.	Višerazinska teorija i mrežna teorija organizacije	1	1	0
9.	Izgradnja i testiranje teorije: ostvarivanje teorijskog doprinosa u području organizacije i menadžmenta	2	1	0
	UKUPNO SATI	**15**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje intelektualnim vlasništvom**
Semestar	Ljetni (2. sem)/Zimski (3. semestar)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Nebojša Stojčić** **prof. dr. sc. Perica Vojinić** **izv. prof. dr. sc. Marija Bečić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6; Rektorat, Branitelja Dubrovnika 41, Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, C6 - II kat
Telefon	+385 20 445 933; +385 20 445 858; +385 20 445 932
e-mail	nebojsa.stojcic@unidu.hr, perica.vojinic@unidu.hr; marija.becic@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Osnovni koncepti povezani s upotrebom intelektualnog vlasništva u kontekstu poduzeća i institucija: kreativnost i učenje, intelektualni kapital, različiti oblici intelektualnog vlasništva, modeli inovacija; • Intelektualno vlasništvo i razvoj proizvoda; • Intelektualni kapital i inovacijsko upravljanje poduzećem: djelovanje inovacijskog menadžementa, inovativno organiziranje i nabavljanje tehnologije; • Intelektualno vlasništvo u globalnom okruženju: inovacijske strategije poduzeća i njihovo sudjelovanje u globalnim lancima dodane vrijednosti • Mogućnosti financiranja intelektualnog kapitala unutar inovativnog projekta: globalna i makro obilježja financiranja inovacija, financiranje inovacijskog projekta te instrumenti financiranja različitih oblika intelektualnog vlasništva; • Odrednice razvoja inovacijske politike kao preduvjet većeg korištenja intelektualnog vlasništva; • Analiza, planiranje, evaluacija i nabava tehnologija: analiza potreba za tehnologijom, najvažniji oblici tehnologija – globalna razina, postupak nabave tehnologije, evaluacija	

tehnologije, te zaštita intelektualnog vlasništva; • Budućnost intelektualnog vlasništva u kontekstu digitalne transformacije globalnih, nacionalnih i lokalnih zajednica;
Ishodi učenja kolegija
1. Razumjeti i kritički prosuđivati koncepte povezane s upotrebom znanja i tehnologije u poslovanju poduzeća; 2. Kritički ocijeniti primjenu teorijskog okvira povezanog s razvojem proizvoda u kontekstu istraživačkog rada; 3. Kritički preispitati različite oblike inovacijskih strategija poslovanja, kritički razmišljati o djelokrugu i načinima provedbe uključivanja poduzeća u globalne lance dodane vrijednosti; 4. Razumjeti, interpretirati i kritički prosuđivati utjecaj čimbenika koji utječu na financiranje intelektualnog vlasništva 5. • Vrednovati utjecaj aktualnih trendova koji se odnose analizu, planiranje, nabavu i evaluaciju tehnologija u kontekstu istraživačkog rada; 6. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati strateški plan zaštite intelektualnog vlasništva unutar poduzeća; 7. • Kritički preispitati različite čimbenike u kontekstu digitalne transformacije koji mogu utjecati na budućnost intelektualnog vlasništva unutar poduzeća i institucija;

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☐ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Tidd, J., and Bessant, J., Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 5th edition. Chichester: John Wiley & Sons Ltd., 2013.
2.	Fagerberg, J., Mowery, D., C., Nelson, The Oxford Handbook of Innovation , Oxford University Press, 2003.
3.	, WIPO – Intellectual Property Handbook – World Intellectual Property Organization, Geneva, Switzerland, 2004.

4.	Day, G. S., Schoemaker, P. J. H., and Gunther, R. E., Wharton on Managing Emerging Technologies, New York: Wiley, 2000.
5.	Chesbrough, H., The logic of open innovation: managing intellectual property, California Management Review, 45(3), 2003, p.p. 33-58.
6.	Edvinson, L., Sullivan, P., Developing a model for managing intellectual capital, European Management Journal, Vol 14, (4), 1996, p.p. 356-364.
7.	Ferenčić, A. i Kraljeta, V., Pribavljanje tehnologije, Zagreb: Informator, 1987.
Izborna literatura	
1.	Marinova, D., Philimore, J., Models of Innovation, chapter in Part II of The International Handbook on Innovation, 2003, p.p. 44-53.
2.	Brekić J., Inovativni menadžment, Zagreb NIP Alinea, 1994.
3.	Ferenčić, A. i Kraljeta, V., Pribavljanje tehnologije, Zagreb: Informator., 1987.
4.	Anton, J., J., Yao. A., D., Little Patents and Big Secrets: Managing Intellectual Property, RAND Journal of Economic, Vol. 35, 2004, p.p. 1-22.
5.	Nelson, R., R., National Innovation System, A Comparative Analysis, Oxford University Press, 1993.
6.	Malerba, F., Caloghirou,Y., McKelvey, M., Radoševic,, Dynamics of Knowledge Intensive Entrepreneurship: Business Strategy and Innovation Policy, Routledge , 2015.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	**V**	**S**
1.	Osnovni koncepti povezani s upotrebom intelektualnog vlasništva u kontekstu poduzeća i institucija: kreativnost i učenje, intelektualni kapital, različiti oblici intelektualnog vlasništva, modeli inovacija	1	1	0
2.	Intelektualno vlasništvo i razvoj proizvoda;	1	1	0
3.	Intelektualni kapital i inovacijsko upravljanje poduzećem: djelovanje inovacijskog menadžementa, inovativno organiziranje i nabavljanje tehnologije;	1	1	0
4.	Intelektualno vlasništvo u globalnom okruženju: inovacijske strategije poduzeća i njihovo sudjelovanje u globalnim lancima dodane vrijednosti;	1	1	0
5.	Mogućnosti financiranja intelektualnog kapitala unutar inovativnog projekta: globalna i makro obilježja financiranja inovacija, financiranje inovacijskog projekta;	1	1	0

6.	Instrumenti financiranja različitih oblika intelektualnog vlasništva;	1	1	0
7.	Odrednice razvoja inovacijske politike kao preduvjet većeg korištenja intelektualnog vlasništva;	1	1	0
8.	Analiza, planiranje, evaluacija i nabava tehnologija: analiza potreba za tehnologijom, najvažniji oblici tehnologija – globalna razina, postupak nabave tehnologije, evaluacija tehnologije;	1	1	0
9.	Zaštita intelektualnog vlasništva;	1	1	0
10.	Budućnost intelektualnog vlasništva u kontekstu digitalne transformacije globalnih, nacionalnih i lokalnih zajednica;	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE
ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**
USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje kvalitetom**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Tomislav Baković** **izv. prof. dr. sc. Marija Dragičević**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-3
Telefon	+385 20 456 922
e-mail	marija.dragicevic@unidu.hr; tbakovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Pojam i uloga kulture kvalitete u razvoju sustava za upravljanje kvalitetom. Najuspješniji sustavi upravljanja kvalitetom oni su koje organizacija gradi na izgradnji kulture kvalitete temeljene na vrijednostima kao što su: zadovoljstvo kupaca, kontinuirano unapređenje, činjenično donošenje odluka, vodstvo itd.• Inovativnost organizacije i sustavi upravljanja kvalitetom. Uloga inovacija kao izvora konkurentnosti tema je koja zbog svoje aktualnosti zahtijeva posebnu pažnju. Pri tomu treba spomenuti kako se pozitivan utjecaj sustava kvalitete zajedno sa fokusom na zadovoljavanje potreba trenutnih kupaca u literaturi o inovacijama često preispituje. • Sustavi upravljanja kvalitetom u visokom obrazovanju. Visoko obrazovanje ključni je sektor za gospodarski razvoj najrazvijenijih regija i država svijeta. Zaoštrena nacionalna i međunarodna konkurencija dovela je do toga da upravo područje visokog obrazovanja postaje područje primjene brojnih sustava upravljanja kvalitetom. • Kaizen poslovna filozofija-osnove kaizen japanske poslovne filizofije i „5S“ principi kaizena • Muda, Mura, Muri kao uzroci neefikasnosti • GembaKaizen • Primjeri primjene Kaizena u poslovnoj praksi	
Ishodi učenja kolegija	

1. Sintetizirati znanja i koncepte potrebne za izgradnju sustava upravljanja kvalitetom.
2. Objasniti utjecaj organizacijske kulture na sustave upravljanja kvalitetom
3. Objasniti utjecaj sustava upravljanja kvalitetom na inovativnost organizacije
4. Izraditi strategiju razvoja sustava kvalitete u vlastitoj organizaciji
5. Kritički promišljati o ulozi kvalitete u sustavima visokog obrazovanja
6. Razumijevati osnove, principe i aktivnosti kaizen poslovne filozofije
7. Analizirati situaciju i primijeniti 5s kaizen principe u praksi
8. Prepoznati Muda, Mura i Muri situacije kao uzroke neefikasnosti i primijeniti GembaKaizen u praksi

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☐ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☒ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Lazibat. T., Upravljanje kvalitetom, Znanstvena knjiga, Zagreb, ISBN 978-953-95902-1-3, 2009.
2.	Maurer, R., The Spirit of kaizen, Creating lasting excellence one small step at time, McGrawHill, US, 2013.
3.	Imai. M., Gemba Kaizen:A Commonsense, Approach to a Continuous Improvement Strategy, 2nd Edition, Mcgraw Hill, US, 2012.

Izborna literatura

1.	Zairi, M., Deep In Crisis: The Uncertain Future ofthe Quality Profession, ECBPM PublishingHouse UK, ISBN 978-1-906993-56-6, 2018.
2.	Zairi, M., Super Excellence: Thepath to Sustainable Superior Performance, ECBPM PublishingHouse UK, ISBN 978-1-906993-61-0, 2018.
3.	Schotchmer, A., 5S Kaizenin 90 Minutes, Civencester Management Books, 2008.

POPIS TEMA

Red. br.	**NAZIV TEME PREDAVANJA**	**Broj sati**

		P	V	S
1.	Pojam i uloga kulture kvalitete u razvoju sustava za upravljanje kvalitetom.	1	1	0
2.	Inovativnost organizacije i sustavi upravljanja kvalitetom	2	2	0
3.	Sustavi upravljanja kvalitetom u visokom obrazovanju	2	2	0
4.	Kaizen poslovna filozofija-osnovne specifičnosti poslovne filizofije	1	1	0
5.	Principi i metode Kaizena, 5S, Muda, Mura, Muri kao uzroci neefikasnosti	2	2	0
6.	Gemba Kaizen, primjeri poslovne prakse utemeljene na Kaizenu	2	2	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje ljudskim resursima**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Ivona Vrdoljak Raguž** **izv. prof. dr. sc. Zorica Krželj**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-6; Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik EK-6
Telefon	+385 20 445 925; +385 20 445 925
e-mail	zorica.krzelj@unidu.hr; ivona.vrdoljak@unidu.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
- Pojam, značaj, ciljevi, aktivnosti, uloge i položaj upravljanja ljudskim resursima u suvremenom menadžmentu - Koncepti i modeli strateškog upravljanja ljudskim resursima - Učinkovitost primjene strategija upravljanja ljudskim resursima u kontekstu promjena u okruženju - Strateški razvoj ljudskih resursa i učeća organizacija - Globalna dimenzija upravljanja ljudskim resursima u kontekstu industrije 4.0 - Tržište rada i mjere aktivne politike zapošljavanja - Predviđanje potreba za ljudskim resursima i strateško planiranje ljudskih resursa - Analiza radnih mjesta, pribavljanje, selekcija i orijentacija ljudskih resursima (mentoring i coaching) - Ocjenjivanje radne uspješnosti u svrhu strateške kontrole - Motiviranje kao menadžerski proces i materijalno i nematerijalno nagrađivanje zaposlenika i menadžera - Znanje, obrazovanje i razvoj ljudskih resursa kao čimbenici položaja zaposlenika na radnom mjestu u suvremenom menadžmentu - Upravljanje i razvoj karijere zaposlenika i menadžera - Upravljanje izravnim i neizravnim kompenzacijama zaposlenika i menadžera - Radni odnosi i budućnost radnih mjesta u kontekstu industrije 4.0 (digitalno okruženje, nove tehnologije i inovacije) - Upravljanje vremenom na razini zaposlenika u kontekstu učinkovitog poslovanja poduzeća - Stres menadžment – efekti i posljedice za zaposlenika i poduzeće (burnout sindrom i mobbing na radnom mjestu)	

Ishodi učenja kolegija	
1. Razumjeti ulogu ljudskih resursa u strateškom kontekstu. 2. Primijeniti strategije upravljanja ljudskim resursima koje će na najbolji način odražavati korporativnu, poslovnu i funkcionalnu strategiju poduzeća. 3. Odgovoriti na brojne globalne izazove, trendove i promjene u digitalnom okruženju u kontekstu industrije 4.0 koja se odražavaju na radna mjesta i njihovu budućnost. 4. Razumjeti i primijeniti analitiku radnih mjesta vezanu uz planiranje, pribavljanje i selekciju ljudskih resursa. 5. Ocijeniti radnu uspješnost zaposlenika i menadžera u svrhu provođenja strateške kontrole u poduzeću. 6. Primijeniti motivacijske tehnike za nagrađivanje zaposlenika i menadžera u svakodnevnoj poslovnoj praksi. 7. Razumjeti i primijeniti brojne edukacijske pristupe kao i radno iskustvo sa svrhom razvoja ljudskih resursa u poduzeću. 8. Upravljati kompenzacijama zaposlenika i menadžera u poduzeću. 9. Razumjeti utjecaj novih tehnologija i inovacija na radne odnose i budućnost radnih mjesta.	
NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☐ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☐ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☒ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☒ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☐ Usmeni ☒ Pismeni ☐ Kolokvij	Ostalo:
POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Dessler, G., Fundamentals of Human Resource Management, 5th ed., Pearson Education Prentice Hall, 2019.
2.	Dessler, G., Human Resource Management, 15th ed., Pearson Education Prentice Hall, 2017.
3.	Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., Wright, P. M., Menadžment ljudskih potencijala, Mate, 2006.
4.	Bahtijarević Šiber, F., Strateški menadžment ljudskih potencijala, Školska knjiga, 2014.
5.	Rahimić, Z., Podrug, N., Međunarodni menadžment ljudskih potencijala, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2013.

Izborna literatura	
1.	Brenne, L., Driving Career Results: How to Manage Self-Directed Employee Development, Pearson Education Prentice Hall, 2016.
2.	Gómez-Mejía, L. R., Balkin, D. B., Cardy, R. L., Managing Human Resources, 8th ed., Pearson Education Prentice Hall, 2016.
3.	Wood, G., Human Resource Management: a critical approach, Taylor and Francis, 2009.
4.	Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F., Pološki-Vokić, N., Temelji menadžmenta, Školska knjiga, 2008.
5.	Buble, M., Management, Ekonomski fakultet Split, 2000.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Pojam, značaj, ciljevi, aktivnosti, uloge i položaj upravljanja ljudskim resursima u suvremenom menadžmentu	1	1	0
2.	Koncepti i modeli strateškog upravljanja ljudskim resursima s osvrtom na suvremeni menadžment.	1	1	0
3.	Učinkovitost primjene strategija upravljanja ljudskim resursima u kontekstu promjena u okruženju. Radni odnosi i budućnost radnih mjesta u kontekstu industrije 4.0 (digitalno okruženje, nove tehnologije i inovacije)	1	1	0
4.	Strateški razvoj ljudskih resursa i učeća organizacija	1	1	0
5.	Globalna dimenzija upravljanja ljudskim resursima u kontekstu industrije 4.0	1	1	0
6.	Tržište rada i mjere aktivne politike zapošljavanja	1	1	0
7.	Predviđanje potreba za ljudskim resursima i strateško planiranje ljudskih resursa. Analiza radnih mjesta, pribavljanje, selekcija i orijentacija ljudskih resursima (mentoring i coaching). Ocjenjivanje radne uspješnosti u svrhu strateške kontrole	1	1	0
8.	Motiviranje kao menadžerski proces i materijalno i nematerijalno nagrađivanje zaposlenika i menadžera. Upravljanje izravnim i neizravnim kompenzacijama zaposlenika i menadžera	1	1	0

9.	Znanje, obrazovanje i razvoj ljudskih resursa kao čimbenici položaja zaposlenika na radnom mjestu u suvremenom menadžmentu. Upravljanje i razvoj karijere zaposlenika i menadžera.	1	1	0
10.	Upravljanje vremenom na razini zaposlenika u kontekstu učinkovitog poslovanja poduzeća. Stres menadžment – efekti i posljedice za zaposlenika i poduzeće (burnout sindrom i mobbing na radnom mjestu	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje logističkim lancima u digitalnom okruženju**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Sanda Soucie** **prof. dr. sc. Katija Vojvodić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik C-8
Telefon	+385 20 445 935
e-mail	katija.vojvodic@unidu.hr; srenko@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
• Uvod u logistiku, načela, sustavi • Upravljanje logistikom, pokazatelji uspješnosti logističkih performansi • Novi poslovni modeli i rješenja • Važnost integracije među elementima logističkih lanaca • Tradicionalni i digitalni logistički sustavi • Digitalizacija ključnih logističkih operacija • Nositelji internog digitalnog okruženja • Nositelji eksternog digitalnog okruženja • Integracije i suradnja • Budući strateški pravci u logističkim lancima i održivost poslovanja
Ishodi učenja kolegija
1. Kreirati i vrednovati nove činjenice, pojmove, postupke, principe i teorije u području logistike, logističkih načela i sustava. 2. Valorizirati utjecaj digitalizacije na poslovne procese 3. Kombinirati teorijska znanja u izgradnji snažnog internog digitalnog okruženja 4. Kritički preispitati i prilagoditi se eksternom digitalnom okruženju 5. Sintetizirati teorijska saznanja i kritički promišljati u donošenju odluka po pitanju organizacije integrirane logistike

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)	
☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☐ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☒ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☒ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☒ Mentorski rad ☐ Provjera znanja
NAČIN POLAGANJA ISPITA	
☒ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA	
Obvezna literatura	
1.	Bloomberg, D. J., LeMay, S., Hanna, J.B., Logistika, Mate i Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2006.
2.	Harrison, A.,van Hoek, R. & Skipworth, H., Logistics Management and Strategy: Competing through the Supply Chain, 5ed, Pearson; ISBN-10: 1292004150; ISBN-13: 978-1292004150, 2016.
Izborna literatura	
1.	Pettit, S. & Wang, Y., E-Logistics: Managing Your Digital Supply Chains for Competitive Advantage, Kogan Page, ISBN: 0749472669, 2016.
2.	Sinha, R., Logistics in Motion: A Digital Journey: A Case for Redefining Logistics Paperback – Create Space, Independent Publishing Platfor, ISBN-10: 1542933846, ISBN-13: 978-1542933841, 2017.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Uvod u logistiku, načela, sustavi.	1	1	0
2.	Upravljanje logistikom, pokazatelji uspješnosti logističkih performansi.	1	1	0

3.	Novi poslovni modeli i rješenja.	1	1	0
4.	Važnost integracije među elementima logističkih lanaca.	1	1	0
5.	Tradicionalni i digitalni logistički sustavi.	1	1	0
6.	Digitalizacija ključnih logističkih operacija.	1	1	0
7.	Nositelji internog digitalnog okruženja.	1	1	0
8.	Nositelji eksternog digitalnog okruženja.	1	1	0
9.	Integracije i suradnja.	1	1	0
10.	Budući strateški pravci u logističkim lancima i održivost poslovanja.	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje markom turističke destinacije**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Darko Prebežac** **izv. prof. dr. sc. Barbara Puh**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik, EK-4
Telefon	+385 20 445 923
e-mail	barbara.puh@unidu.hr; dprebezac@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
Različiti aspekti poimanja turističke destinacije Razlika između brendinga turističke destinacije i marketinga turističke destinacije Potreba i važnost brendiranja turističkih destinacija, koncept marke turističke destinacije (identitet, osobnost, pozicioniranje, reputacija) Faze razvoja (izgradnje) marke destinacije (proces brendinga turističke destinacije), Modeli razvoja (izgradnje) marke destinacije (The Brand Pyramid, Brand Assets Template, The Brand Wheel) Upravljanje markom turističke destinacije Mjerenje utjecaja marke turističke destinacije Brending strategije turističkih destinacija u praksi Izazovi u brendiranju turističkih destinacija.
Ishodi učenja kolegija
1. Kritički promišljati teorije i modele u području upravljanja markom turističke destinacije 2. Kritički preispitati, evaluirati i sintetizirati suvremene istraživačke ideje u području destinacijskog brendiranja i upravljanja markom turističke destinacije. 3. • Kreirati i formulirati razvojne politike na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini na temelju stečenog znanja iz destinacijskog brendiranja i upravljanja markom turističke destinacije 4. Valorizirati utjecaj aktualnih trendova i očekivanih globalnih promjena na turističkom tržištu na

upravljanje markom turističke destinacije i proces brendiranja destinacije.
5. Kreirati, prezentirati i kritički argumentirati brending strategiju konkretne turističke destinacije

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja ☒ Seminari i radionice ☒ Vježbe ☒ Samostalni zadaci ☐ Multimedija i internet ☐ Obrazovanje na daljinu	☐ Konzultacije ☐ Laboratorij ☐ Terenska nastava ☐ Mentorski rad ☐ Provjera znanja

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R., (Eds.): Destination Brands: Managing Place Reputation, 3rd Ed., Routledge, London, 2014.
2.	Camilleri, M. A., The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights Emerald Publishing , Ltd., UK, 2018.
3.	World Tourism Organization and European Travel Commission: Handbook on Tourism Destination Branding, Madrid, Spain, 2009.
Izborna literatura	
1.	Kapferer, J.N., The New Strategic Brand Management: Advanced Insights& Strategic Thinking, 5th Ed. Kogan Page Ltd., London, 2012.
2.	Moilanen, T., Rainisto, S., How to Brand Nations, Cities and Destinations - A Planning Book for Place Branding, Palgrave Macmillan, London, 2009.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Različiti aspekti poimanja turističke destinacije	1	1	0

2.	Razlika između brendinga turističke destinacije i marketinga turističke destinacije	1	1	0
3.	Potreba i važnost brendiranja turističkih destinacija	1	1	0
4.	Koncept marke turističke destinacije (identitet, osobnost, pozicioniranje, reputacija)	1	1	0
5.	Faze razvoja (izgradnje) marke destinacije (proces brendinga turističke destinacije)	1	1	0
6.	Modeli razvoja (izgradnje) marke destinacije (The Brand Pyramid, Brand Assets Template, The Brand Wheel)	1	1	0
7.	Upravljanje markom turističke destinacije	1	1	0
8.	Mjerenje utjecaja marke turističke destinacije	1	1	0
9.	Brending strategije turističkih destinacija u praksi	1	1	0
10.	Izazovi u brendiranju turističkih destinacija	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)

OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje odnosima s klijentima u digitalnom okruženju**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Dubravka Sinčić**
Zgrada, kabinet	Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik C7
Telefon	+385 20 445 939
e-mail	dsincic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	

OPIS KOLEGIJA
Sadržaj kolegija
1. Maksimizacija vrijednosti odnosa s postojećim i potencijalnim klijentima u kontekstu digitalnog okruženja 2. Društvene mreže i upravljanje odnosima s klijentima 3. Proces mjerenja vrijednosti u svijesti klijenata 4. Istraživanje vrijednosti za klijente 5. Koncept zadovoljstva vs koncept vrijednosti za klijente 6. Izgradnja modela mjerenja zadovoljstva klijenata 7. Sustavno upravljanje odnosima s klijentima 8. Usmjerenost na klijente kao kultura tvrtke
Ishodi učenja kolegija
1. Primjeniti stečeno znanje u cilju izgradnje i zadržavanje jedinstvenog odnosa s klijentima u kontekstu digitalnog okruženja 2. Povezati i kritički analizirati tehnike specifične za digitalno okruženje u svrhu unapređenja odnosa i interakcije s klijentima 3. Primijeniti stečeno znanje u svrhu izgradnje modela mjerenja zadovoljstva korisnika u digitalnom okruženju

4. Samostalno istraživati ukupno zadovoljstvo i vrijednost klijenta u kontekstu digitalnog okruženja
5. Demonstrirati sposobnost sustavnog upravljanja odnosima s klijentima u digitalnom okruženju

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☒ Vježbe	☐ Terenska nastava
☐ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☒ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura	
1.	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., Marketing 4.0, Moving from traditional to digital, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2017.
2.	Vranešević, T., Pandža Bajs, I., Mandić, M, Upravljanje zadovoljstvom klijenata, 2. izdanje, AccenT, 2018.
3.	Ružić, D., Biloš, A., Turkalj, D, e-Marketing, 3. izdanje, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2014.
4.	Frick, T., Return on engagement Content, Strategy, and Design Techniques for Digital Marketing, Elsevier Inc, 2010.
5.	Damian, R., Calvin, J., Understanding digital marketing : marketing strategies for engaging the digital generation, Kogan Page Limited, 2009.
6.	Flores, L., How to Measure Digital Marketing, Palgrave Macmillan, 2014.
Izborna literatura	
1.	Damian, R., Calvin, J., The best digital marketing campaigns in the world: mastering the art of customer engagement, Kogan Page Limited, 2011.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S

1.	Uloga odnosa klijentima u kontekstu digitalnog okruženja	1	1	0
2.	Upravljanje odnosima s klijentima na društvenim medijima (uključivo i društvene mreže)	1	1	0
3.	Stvaranje vrijednosti u svijesti klijenata	2	2	0
4.	Odnos koncepta zadovoljstva i koncepta vrijednosti za klijente	2	2	0
5.	Istraživanje i mjerenje vrijednosti za klijente	2	2	0
6.	Model mjerenja zadovoljstva klijenata	1	1	0
7.	Usmjerenost na klijente kao preduvjet uspjeha	1	1	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. Studentska anketa.

MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE

Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI

(za cijelu akademsku godinu)

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE

(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)	
OPĆI PODACI O KOLEGIJU	
Naziv kolegija	**Upravljanje poslovnim procesima u digitalnom okruženju**
Semestar	Ljetni (2. sem) / Zimski (3. sem)
Broj ECTS bodova	3 ECTS
Status kolegija	Izborni
Nositelj kolegija	**prof. dr. sc. Vesna Bosilj Vukšić** **izv. prof. dr. sc. Ljubica Milanović**
Zgrada, kabinet	, ; ,
Telefon	;
e-mail	vbosilj@net.efzg.hr; ljmilanovic@net.efzg.hr
Suradnik na kolegiju	
Zgrada, kabinet	
Telefon	
e-mail	
OPIS KOLEGIJA	
Sadržaj kolegija	
• Cilj kolegija je razviti znanje studenata o konceptu upravljanja poslovnim procesima (engl. Business Process Management – BPM) i primjeni informacijske tehnologije u digitalnom okruženju, kao i vještine primjene ovog koncepta. • Fokus kolegija je na primjeni konceptualnih metoda za analizu transformaciju i digitalizaciju poslovnih procesa i poboljšanje performansi procesa i organizacije. • Razmatraju se modeli i okviri zrelosti BPM-a i digitalne transformacije (engl. Digital Transformation – DT). • Istražuju se dimenzije BPM-a kao platforme za upravljanje performansama i digitalnu transformaciju organizacije. • Istražuju se i pripituju učinci (koristi i izazovi) zajedničke primjene BPM-a i digitalne transformacije kroz faze životnog ciklusa BPM-a.	
Ishodi učenja kolegija	
1. razumjeti ulogu BPM-a kao važnog čimbenika sposobnosti poduzeća za uspješno poslovanje; interpretirati i vrednovati učinke implementacije BPM-a u organizaciji 2. kritički ocijeniti ključne čimbenike uspješnosti BPM-a (kao što su: povezanost sa strategijom,	

menadžment, zaposlenici, kultura) te temeljiti razvoj projektne metodologije BPM-a na rezultatima ove ocjene
3. primijeniti BPM okvire i modele zrelosti u poslovnoj praksi i pri znanstvenom istraživanju područja
4. steći znanja potrebna za razvoj BPM strategije i digitalne strategije, kao i za povezivanje ovih strategija sa strategijom organizacije
5. istražiti evoluciju BPM-a i digitalne transformacije prepoznati aktualno stanje i trendove koji će utjecati na daljnja istraživanja BPM-a i digitalne transformacije iz perspektive poslovanja i ekonomije

NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE (označiti aktivnost s „x“)

☒ Predavanja	☒ Konzultacije
☒ Seminari i radionice	☐ Laboratorij
☐ Vježbe	☐ Terenska nastava
☒ Samostalni zadaci	☒ Mentorski rad
☐ Multimedija i internet	☐ Provjera znanja
☐ Obrazovanje na daljinu	

NAČIN POLAGANJA ISPITA

☐ Usmeni ☒ Pismeni ☒ Kolokvij	Ostalo:

POPIS LITERATURE ZA STUDIJ I POLAGANJE ISPITA

Obvezna literatura

1.	Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., Reijers, H.A., Fundamentals of Business Process Management, Springer, 2018.
2.	Moore, C., Finn, K., Khoshafian, S., Winkler, K., Ward-Dutton, N., Kowalkowski, F., Swenson, K.D., Palmer, N, Digital Transformation with Business Process Management: BPM Transformation and Real-World Execution, Future Strategies, Incorporated, 2017.
3.	Hernaus, T., Bosilj-Vuksic, V., Indihar Stemberger, M., How to go from strategy to results? Institutionalising BPM governance within organisations, Business Proc. Manag. Journal 22(1), 2016, p.p. 173-195.
4.	Grubljesic, T., Jaklic, J., Indihar Stemberger, M., The Effect of Alignment between Corporate Performance Management and Business Process Management on Process Performance, AMCIS., 2017.
5.	Indihar Stemberger, M., Buh, B., Milanovic Glavan, Lj., Mendling, J., Propositions on the interaction of organizational culture with other factors in the context of BPM adoption, Business Proc. Manag. Journal 24 (2), 2018, p.p. 425-445.

Izborna literatura

1.	Bosilj Vukšić, V., Pejić Bach, M., Tomičić-Pupek, K. , Utilization of Discrete Event Simulation in Business Processes Management Projects: a Literature Review , Journal of Information and Organizational Sciences, Volume 41, Issue 2, 2017, 2017, p.p. 137-159.
2.	Milanović Glavan, L., Bosilj Vukšić, V., , Examining the impact of business process orientation on organizational performance: the case of Croatia. , Croatian Operational Research Review, 8(1),, 2017, p.p. 137-165.
3.	Valdez-De-Leon, O., A Digital Maturity Model for Telecommunications Service Providers, Technology Innovation Management Review, 6(8), 2016, p.p. 19-32.
4.	Sebastian, I. M., Ross, J. W., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K. G. , How big old companies navigate digital transformation, MIS Quarterly Executive, 16(3), 2017, p.p. 197-213.
5.	Suša Vugec, D., Tomičić-Pupek, K., Bosilj Vukšić, V., Social business process management in practice: Overcoming the limitations of the traditional business process management., . International Journal of Engineering Business Management, Vol.10, 2018, p.p. 1-10.

POPIS TEMA

Red. br.	NAZIV TEME PREDAVANJA	Broj sati		
		P	V	S
1.	Koncept BPM: definicija, razvoj, trendovi. Pregled konceptualnih metoda za analizu, transformaciju i digitalizaciju poslovnih procesa. Analiza njihove primjene u svrhu poboljšanja performansi procesa i organizacije.	2	1	0
2.	Projektni pristup BPM-u i životni ciklus BPM-a: metodologija, studije slučaja, sinteza rezultata znanstvenih istraživanja iz područja implementacije BPM-a.	1	1	0
3.	Koncept digitalne transformacije (DT). Sinteza i analiza učinaka (koristi i izazova) zajedničke primjene BPM-a i digitalne transformacije kroz faze životnog ciklusa BPM-a, analiza sinergijskih efekata koordinacije ovih inicijativa i potencijalnih rizika prema recentnoj znanstvenoj literaturi.	2	1	0
4.	Povezivanje strategije digitalne transformacije i BPM-a. Uloga ekosustava na strategiju BPM-a. Pregled recentnih istraživanja BPM-a i digitalne transformacije iz perspektive poslovanja i ekonomije; smjernice daljnjih istraživanja.	1	1	0
5.	Elementi BPMa. Mjerenje BPMa. Razvoj projektne metodologije BPMa. Koncept procesne zrelosti. Modeli i okviri procesne zrelosti i digitalne transformacije. Usporedba modela zrelosti procesne orijentacije. Analiza relevantnih znanstvenih radova iz ovog područja te pregled poslovne prakse.	2	3	0

6.	Ključni pokazatelji uspješnosti BPMa za prelazak na više razine procesne zrelosti: analiza različitih vrsta metodologija. Utjecaj BPMa na financijsku i nefinancijsku uspješnost poslovanja. Analiza i sinteza istraživačkih radova.	2	3	0
	UKUPNO SATI	**10**	**10**	**0**

OSTALE VAŽNE ČINJENICE ZA UREDNO IZVOĐENJE NASTAVE
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije temeljeno na upitnicima te na druge standardizirane načine a sukladno aktima Sveučilišta u Dubrovniku. Evaluacija kolega iz struke. Samoopažanje, analize i korekcije. • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obaveza studenata. • Interna valorizacija koja se provodi putem anonimne studentske ankete na kraju nastave. • Ispitom kojeg provodi nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta
MJESTA IZVOĐENJA NASTAVE
Ekonomski fakultet, Lapadska obala generala Nojka Marinovića 7, Dubrovnik.

POČETAK I ZAVRŠETAK TE SATNICA IZVOĐENJA NASTAVE

ISPITNI ROKOVI **(za cijelu akademsku godinu)**

USTROJ I NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE ZA IZVANREDNE STUDENTE **(ako se na studijski program upisuju izvanredni studenti)**