

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

STRATEGIJE MEĐUNARODNOG POSLOVANJA

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

ne popunjavati

3. Ciklus studija:

2

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

1

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Ekonomski

11. Odsjek / Studijski program:

Ekonomija

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Mustafa Sinanagić, red. prof

13. E-mail nastavnika:

mustafa.sinanagic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Cilj predmeta jeste da prenese studentima menadžerska znanja koja će im pomoći da u uslovima globalizacije razvijaju međunarodne poslovne operacije.

16. Ishodi učenja:

Razviti sposobnost studenata da razumiju suštinu i značaj međunarodnog poslovanja te usvoje ključna znanja vezana za pojedine modalitete ulaska na inostrano tržište.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Suština i značaj međunarodnog poslovanja
- Pokretački faktori i efekti međunarodnog poslovanja
- Strategijske determinante međunarodnog poslovanja
- Međunarodna marketing istraživanja
- Segmentacija inostranih tržišta
- Međunarodno tržišno targetiranje
- Strategije ulaska na inostrano tržište
- Strategijske opcije međunarodnog brend menadžmenta
- Strategije međunarodnog poslovnog pregovaranja

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima i vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu sa važećim aktima Univerziteta i to je fakultativna ponuda studentima.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja studenta će se vršiti u skladu s Pravilima studiranja na II ciklusu studija, Pravilima o načinu polaganja ispita i ocjenjivanja studenata, Statutom Univerziteta u Tuzli i Silabusom koji predmetni nastavnik treba obezbijediti na početku svake akademske godine. Provjera znanja studenata vrši se pismenim i usmenim putem, kroz dva testa i usmeni dio ispita. Prva dva testa se organizuju u toku nastave, dok se usmeni dio ispita organizuje u terminima predviđenim za završne ispite.

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Test 1	35
Test 2	35
Usmeni dio ispita	30
Ukupno	100

21. Osnovna literatura:

- Sinanagić M, Strategijske varijante ulaska na inostrano tržište, Gama-X, Brčko, 2008.
- Griffin R. W, Pustay M. W, International Business, Prentice Hall, 2005.

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2016/2017.

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

24.02.2016