

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Strategije međunarodnog poslovanja

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

2

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta:

Obavezni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semest(a)r(i):

1

1

9. Sedmični broj kontakt sati i ukupno studentsko radno opterećenje na predmetu:

	Semestar (1)		Semestar (2)	(za dvosemestralne predmete)	Opterećenje: (u satima)
9.1. Predavanja	3				Nastava: 45
9.2. Auditorne vježbe	1				Individualni rad: 117,8 ₂
9.3. Laboratorijske / praktične vježbe	0				Ukupno: 162,8 ₂

10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

11. Odsjek / Studijski program :

Ekonomija

12. Nosilac nastavnog programa:

Dr.sc. Alma Muratović, vanr. prof.

13. Ciljevi nastavnog predmeta:

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

14. Ishodi učenja:

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

15. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

1. Suština i značaj međunarodnog poslovanja
2. Pokretački faktori i efekti međunarodnog poslovanja
3. Strategijske determinante međunarodnog poslovanja
4. Međunarodna marketing istraživanja
5. Segmentacija inostranih tržišta
6. Međunarodno tržišno targetiranje
7. Strategije ulaska na inostrano tržište
8. Strategijske opcije međunarodnog brend menadžmenta
9. Strategije međunarodnog poslovnog pregovaranja

16. 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.

17. 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 ili 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.

Prva predispitna provjera znanja obuhvata tematska područja od 1 do 3, druga predispitna obaveza obuhvata tematska područja od 4 do 6, dok završni dio ispita obuhvata tematska područja od 7 do 9.

Na popravni ispitima (i ostalim ispitnim terminima) studenti imaju mogućnost da rade sve ispitne aktivnosti, tj. da polažu testove (iz okvira predispitnih obaveza) i da rade završni ispit. Završni dio ispita (na koji studenti nisu obavezni izaći) ne obuhvata nastavno gradivo koje je obuhvaćeno predispitnim obavezama.

18. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
dva testa	25+25=50
seminarski/individualni rad	20
UKUPNO PREDISPITNE OBAVEZE	70
Završni dio ispita	30
Ukupno	100

Ocjena studenta se formira spram odrebe Zakona o visokom obrazovanju TK, član 107.

19. Obavezna literatura:

- Verbeke A., International Business Strategy, Cambridge University, New York, 2009.
- Griffin R. W, Pustay M. W, International Business, Prentice Hall, 2005.
- Sinanagić M, Strategijske varijante ulaska na inostrano tržište, Gama-X, Brčko, 2008.

20. Dopunska literatura:

21. Internet web reference:

22. U primjeni od akademske godine:

2024/2025

23. Usvojen na sjednici NNV/UNV:
