

Adizes School of Management Coursework

Obavezni predmeti/Compulsory courses, I semestar, +1 program

	Course	Hours/ECTS credits	Lecturer
1	Upravljanje promjenama/Mastering Change	30 / 6	Adizes certified lecturer
2	Stilovi menadžmenta/Roles and Styles of Management	30 / 6	Adizes certified lecturer
3	Životni ciklusi organizacija/ Structure of Lifecycle of Organizations	30 / 6	Adizes certified lecturer
4	Menadžment ljudskih resursa/Human Resource Management	30 / 6	SEBS
5	Leadership	30 / 6	SEBS
	Total	30	

Obavezni predmeti/Compulsory courses, II semestar, +1 program

	Course	Hours/ECTS credits	Lecturer
6	Profesionalno upravljanje projektima/Professional Project Management	25/ 5	Adizes certified lecturer
7	Menadžment odnosa sa klijentima/ /Customer Relationship Management	25/ 5	SEBS
	<i>Završni rad/Master thesis</i>	20	SEBS/ Adizes certified lecturer
	Total	30	

Ukupno /Total 60 ECTS

NAZIV PREDMETA: UPRAVLJANJE PROMJENAMA	
Raspored tematskih cjelina i zadataka	Uvod u Adižes Symbergetic™ teoriju menadžmenta Šta je menadžment? Fokus na menadžment promjena Šta je problem? Šta je prilika i zašto su prilike uvjetovane promjenama? Ciklus promjena i kako ih sprovesti u turbulentnom okruženju Democratship Konflikt uloga Izvori konflikta uloga Stilovi lošeg menadžmenta Izvori konflikta stilova vođenja Implementacija CAPI modela Implementacija CAPI modela – nastavak Izvori konflikta interesa Izvori konflikta različitih percepcija Uzajamno povjerenje i poštovanje Značaj organizacione culture Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Ljudi Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Proces Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Proces/Timsko rješavanje problema Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Struktura Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Struktura – nastavak Kako promijeniti kulturu u organizaciji: Vizija – Misija – Vrijednosti Izgradnja Mt+R kroz 11 koraka Midterm test Analiza Midterm testa Primjena PAEI i CAPI modela na životne cikluse organizacije Poznavanje putanje – faze: udvaranje, povelj i GoGo Poznavanje putanje – faze: adolescencija, razvod i osnivačka zamka Poznavanje putanje – faze: top forma i uzroci starenja Poznavanje putanje – faza: starenje Upravljanje fazama udvaranja, povelja i GoGo Izlazak iz osnivačke zamke Upravljanje fazom adolescencije Upravljanje fazom top forme Upravljanje fazom starosti u organizacijama Upravljanje fenomenom "Salem City" i birokratijom Ples – prečica do top forme Pregled životnih ciklusa Mapa životnih ciklusa Finalni ispit
2. LITERATURA	Osnovna literatura: Adizes I, "How to Solve the Mismanagement Crisis," Adizes Inst., Los Angeles, 1979. Adizes I, "Mastering Change," Adizes Inst., Santa Barbara, 1992. Dodatna literatura: Watzlawick P. Weakland J & Fisch R. "Change: Principles of problem formation and problem resolution," Norton and Company Inc., New York, 1974 Cameron E. & Green M. "Making Sense of Change Management: A Complete Guide to the Models, Tools & Techniques of Organizational Change." Kogan Page, London, 2004 Collins J. "Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...and Others Don't." New York: Harper Collins, 2001 Fukuyama F. "Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity," New York: Free Press, 1995

NAZIV PREDMETA: STILOVI MENADŽMENTA	
Raspored tematskih cjelina i zadataka	Uvod, očekivanja i potrebna literature Šta je menadžment i zašto je u vezi sa kulturom/politikom? Adižesova teorija menadžmenta Uloga (P) Uloga (A) Uloga (E) Uloga (I) Nekompatibilnost PAEI uloga Primjena PAEI modela na različitim poljima Razlike između uloga i stilova Stilovi menadžmenta: (Paei) Stilovi menadžmenta: Usamljeni jahač (P---) Stilovi menadžmenta: Administrator (pAei) Stilovi menadžmenta: Birokrat (-A--) Stilovi menadžmenta: Kreativac (paEi) Preduzetnik (PaEi) Stilovi menadžmenta: Palikuća (--E-) Stilovi menadžmenta: Integrator (paeI) Uloga leadershipa Stilovi lošeg menadžmenta: Supersljedbenik (---I) Stilovi lošeg menadžmenta: Deadwood (----) Stilovi lošeg menadžmenta: Gonič robova (PA--) Benevolentni princ (PA-I) Stilovi lošeg menadžmenta: Paternalistički birokrat (-A-I) Trener male lige (P—I) Stilovi lošeg menadžmenta: Sprouting founder (P-E-) Solista (PAE-) Stilovi lošeg menadžmenta: Demagog (--EI) Lažni lider (-AEI) Stilovi lošeg menadžmenta: Pain in the Neck (-AE-) Karizmatični guru (P-EI) Idealni menadžer (PAEI) Komplementarni timovi Konflikt stilova Kako se nositi sa dominantnim stilom P Kako se nositi sa dominantnim stilom A Kako se nositi sa dominantnim stilom E Kako se nositi sa dominantnim stilom I Kako se istovremeno nositi sa više različitih stilova Kako unaprijediti menadžersko ponašanje P, A, E i I stilova Kako unaprijediti komunikacijske vještine P, A, E i I stilova Kako unaprijediti vještine donošenja odluka P, A, E i I stilova Kako unaprijediti vještine implementacije odluka P, A, E i I stilova Kako unaprijediti vještine izgradnje tima P, A, E i I stilova Kako unaprijediti upravljanje vještinama zaposlenih kod stilova P, A, E i I Kako unaprijediti vještine upravljanja promjenama kod P, A, E i I stilova Vještine potrebne dobrom menadžeru kao članu tima Priprema za finalni ispit Finalni ispit
2. LITERATURA	Osnovna literatura: • Dr. Ichak Kalderon Adizes, <i>Management/Mismanagement: How to identify style and what to do About it</i> • Dr. Ichak Kalderon Adizes, <i>The Ideal Executive: Why You Cannot Be One</i>

	<i>and What to Do About It</i> • Dr. Ichak Kalderon Adizes, <i>Leading the Leaders: How to Enrich Your Style of Management and Handle People Whose Style is Different from Yours</i> <u>Working papers</u> <i>PAEI and Myers-Briggs Typologies: Can the MBTI Predict PAEI?</i>, Written by Linda Recker, http://www.adizes.com/AAM/02Rolesandstyles/PAEI_MBTI.pdf <u>TopLeaF Videos:</u> <i>What is Management, The Ideal Executive; Management and Mismanagement Styles; Which Complementary Teams Work Well; Deadwood; How To Work With a P-type; How To Deal With an A-type; How To Work Well With an E-type;</i> <u>Adizes Insights:</u> • <i>Insights January 2007: The More Effective We Are, the More Problems We Have</i> • http://www.adizes.com/insights42/ • <i>Insights January 2006: The Roles and Styles of Leadership in Arts Organizations</i> Dodatna literatura: • Isabel Briggs Myers and Peter B. Myers, <i>Gifts Differing (Understanding personality Type)</i> • Robert Rogers Blake, Jane Srygley Mouton, <i>The Managerial Grid</i> • http://www.adizes.com/insights30/01.htm • <i>Insights July 2005: What is first: Effectiveness or Efficiency?</i> • http://www.adizes.com/insights36/01.htm • <i>Insights June 2005: The Importance of Being Genuine and What is Wrong with Trying</i> • http://www.adizes.com/insights35/01.htm • <i>Insights May 2004: Difference Between Clients Versus Stakeholders</i> • http://www.adizes.com/Insights9/01.htm
--	---

Course: Životni ciklusi organizacija/Structure of Lifecycle of Organizations

	Naziv predmeta: Structure of Lifecycle of Organizations
	Nastavnik: Certificirani predavač

1. Raspored tematskih cjelina i zadataka	Uvodno predavanje Životni ciklusi organizacija i problem Faza udvaranja Faza pvoja Go-Go faza Faza adolescencije Osnivačka/porodnična zamka Faza rane top forme Faza zrelosti Znaci starenja Faza aristokracije “Salem City” – rana birokratija, “lov na vještice” Faza birokratije Faza smrti Predvidivost životnih ciklusa PAEI i životni ciklusi CAPI i životni ciklusi Uzroci starenja organizacije Kako odrediti fazu u životnom ciklusu Midterm test Organizaciona terapija Upravljanje fazom udvaranja Upravljanje fazom pvoja Upravljanje go-go fazom Izlazak iz osnivačke/porodične zamke Upravljanje fazom adolescencije Ostanak u top formi Upravljanje aristokratskom organizacijom Upravljanje ranom birokratijom (fenomen “Salem City”) Upravljanje birokratijom i “mrtvom” organizacijom Optimalna putanja Koncept životnih ciklusa u teoriji menadžmenta Strategija i životni ciklusi Struktura i životni ciklusi Sistem nagrađivanja i životni ciklusi Zaposleni i životni ciklusi Menadžerski stilovi i životni ciklusi Adižes vs. consulting Pregled predavanja Finalni ispit
2. Literatura	Osnovna literatura: Ichak Adizes, "Managing Corporate Lifecycles,"

NAZIV PREDMETA: MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA	
1. CILJ PREDMETA	Predmet Menadžment ljudskih resursa studentima nudi savremena znanja iz oblasti upravljanja ljudskim resursima te nastoji da posebno akcentira sve izraženiju ulogu koju ljudski resursi imaju u organizacijama.

	Osnovni ciljevi predmeta: Prepoznati potrebu za planskim pristupom razvoja ljudskih resursa Uočiti vezu između suštinske povezanosti menadžmenta ljudskih resursa i poslovne strategije preduzeća Upoznati se sa elementima ulaznog, internog i izlaznog toka ljudskih potencijala Prepoznati ulogu ljudskih potencijala kroz prizmu turbulentnih promjena: ekonomskih, tehnoloških, demografskih i promjena organizacionog restrukturiranja
1.1. Osnovne tematske jedinice	Uvod u menadžment ljudskih resursa Historijski pregled razvoja menadžmenta ljudskih resursa Strateška uloga menadžmenta ljudskih resursa Planiranje ljudskih resursa Analiza posla i dizajn posla Regrutovanje, selekcija i izbor Proces zapošljavanja Interni tok ljudskih resursa – Praćenje radne uspješnosti Strategije materijalnog nagrađivanja Nematerijalne strategije motiviranja Obrazovanje i razvoj ljudskih resursa Izlazni tok
1.2. Rezultati učenja	Predmet pomaže studentima da steknu znanja o strateškoj ulozi ljudskih potencijala u organizacijama, njihovoj selekciji, izboru i obrazovanju, motiviranju kao i o odgovarajućim metodama napuštanja radnog mjesta. Na ovaj način širi se svijest o potrebi stalnog ulaganja u obrazovanje i razvoj ljudskih potencijala.
2. LITERATURA	<i>Osnovna literatura:</i> - Rahimić, Z., Menadžment ljudskih resursa, Prvo izdanje, Izdavačka djelatnost Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, 2010. godina (knjiga u pripremi) <i>Dopunska literatura:</i> - Bahtijarević / Šiber dr. Fikreta, Menadžment ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb 1999. - naznačena poglavlja - Torrington D., Hall L. & Taylor S., Menadžment ljudskih resursa, Fifth Edition, Irwin McGraw – Hill, Inc. 2005. - Hollenbeck, N., Wright, G., Fundamental of Human Resource Management, Irwin McGraw Hill, Inc., 2004. - Šunje, Aziz, Top menadžer vizionar i strateg, Tirada 2002. – poglavlje IV - Harvard Business Review on Managing People, Harvard Business School Press, Boston, 1999. - Članci i materijali dostupni na predmetnom coursewareu

NAZIV PREDMETA: LEADERSHIP	
Cilj predmeta:	U okviru predmeta Leadership, sam pojam leadership će se tretirati kao kompleksan proces sa više dimenzija. Bazirajući sa na literaturi koja ponuđena, ali i drugoj najaktuelnijoj koja tretira ovu problematiku, u toku ovog kursa će se obrazložiti različiti pristupi leadership-u kao i njihova primjena. Naglasak će biti stavljen na način na koji teorija može oblikovati praksu leadershipa. Kurs leadershipa će biti fokusiran na objašnjenje nekoliko relevantnih teorija (pristupa) leadershipa, a potom uz aktivno učešće studenata biće pokazano kako se teorija može aplicirati u

	stvarnim situacijama. Inače, poznata je činjenica da su poslovni, ali i drugi ljudi danas privučeni idejom leadershipa. Poslovni ljudi, naime, traže više informacija o tome kako će postati efektivni i efikasni lideri. Istovremeno mnogi ljudi vjeruju da je leadership način da poboljšaju predstavu o sebi u očima drugih. Mnoge firme u svijetu žele individualce koji imaju sposobnosti vođe zato što vjeruju da oni čine posebnu prednost za njih. Generalno gledajući, ideja leadership-a je veoma tražena i jako cijenjena. U naučnoj i stručnoj literaturi je pokazan veoma širok spektar različitih teorijskih pristupa u objašnjavanju svih složenosti leadershipa. Određeni istraživači konceptualiziraju leadership kao karakternu crtu, ili kao ponašanje, dok drugi vide leadership iz političke perspektive ili pak humanističke tačke gledišta. Leadership se izučavao uz korištenje kvalitativnih i kvantitativnih metoda u različitim kontekstima, uključujući male grupe ljudi, terapijske grupe, i velike organizacije.
Metod rada:	Predavanja prati odgovarajuća obavezna i dodatna literatura koja, pored ostalog, sadrži i slučajeve iz prakse o kojima će se raspravljati na časovima. Isto tako, studenti će biti u prilici da dobijaju različite upitnike kao analitička pomoćna sredstva koja se koriste u leadershipu za samoocjenjivanje. Studenti su dužni da pripremljeni dolaze na predavanja te da redovno rade zadatke koji budu naglašeni. Pripremljenost studenta za čas je od posebne važnosti za stvaranje interaktivne i istraživačke atmosfere na času i u toku semestra. Pripremljenost podrazumijeva: pročitano odgovarajuće poglavlje, pripremljen case study koji prati odgovarajuće poglavlje i čitanje eventualno dopunske literature koja će studentima biti stavljena na raspolaganje.
1.Raspored tematskih cjelina i zadataka	Uvod u predmet i način rada Poglavlje 1: Uvod u leadership Leadership vs. Menadžment Leadership instrumenti Tihi lideri Adizes pristup leadershipu vs. konvencionalni pristup leadershipu Poglavlje 2: Efektivnost lidera i leadershipa Poglavlje 3: Različiti pristupi klasifikaciji i izučavanju leadershipa Poglavlje 4: Trait pristup Slučajevi iz prakse, Leadership instrumenti Poglavlje 5: Stilski pristup Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 6: Situacijski pristup Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 7: LPC uvjetovani pristup Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 8: Teorija „staza do cilja“ Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 9: LMX teorija Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti MIDTERM Poglavlje 10: Ostali uvjetovani pristupi Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 11: Harizmatički leadership Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 12: Transformacijski leadership Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Timski leadership Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 13: Leadership i moć Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 14: Pitanje spola u leadershipu Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti

	Poglavlje 15: Leadership se može naučiti Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Poglavlje 16: Kako se sami možemo izgraditi kao lideri Slučajevi iz prakse Leadership instrumenti Priprema za finalni ispit FINALNI ISPIT
2. LITERATURA	• Penava: Leadership, Izdavačka djelatnost Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, 2007. • D Deering, Dilts, and Russell: Alpha Leadership – Tools for Business Leaders Who Want More from Life, John Wiley and Sons, 2002 • Kouzes, James M. & Posner, Barry Z.: The Leadership Challenge, Jossey-Bass, A Wiley Company, 2002 • Ronald A. Heifetz and Marty Linsky, Leadership on the Line: Staying Alive through the Dangers of Leading, Boston, Harvard Business School Press, 2002. • Sharon Daloz Parks, Leadership Can Be Taught, A Bold Approach for a Complex World, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, U.S.A., 2005 • David Buchanan, Andrzej Huczynski, ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR – An Introductory Text, fifth edition, Prentice Hall, 2004. • Gary Yukl, LEADERSHIP IN ORGANIZATIONS, 6 th ed., Pearson Prentice Hall Upper Saddle River, New Jersey, 2005.

NAZIV PREDMETA: ANALIZA PODATAKA U MENADŽMENTU			
Nivo: MA	Godina: I	Semestar: II	Broj ECTS kredita: 5
Status: O/I	Nastavnik:		Ukupan broj sati: 25
Cilj predmeta:	Svrha predmeta je da se studenti upoznaju sa primjenama različitih metoda multivarijacione analize i alata za donošenje odluka u menadžmentu. Predmet je fokusiran na ovladavanje softverskim alatima za analizu podataka u cilju donošenja odluka u oblasti menadžmenta.		
Sadržaj (nastavne jedinice):	1. Prezentacija osnovnih statističkih metoda multivarijacione analize 2. Značaj primjene softverskih programa u oblasti menadžmenta 3. Teorijski i praktični aspekti primjene MS Excela 4. Primjena naprednih funkcija MS Excela 5. Prezentacija koncepta i mogućnosti primjene programa Stata 6. 6. Prezentacija koncepta i mogućnosti primjene programa QM for Windows		
Rezultati učenja:	Pored neophodnih teorijskih znanja koje će steći, studenti će biti u mogućnosti da usmjere svoju pažnju na zadatke analize podataka primjenom statističkih metoda. Studenti će biti osposobljeni za analizu podataka koja podrazumijeva upotrebu najsavremenijih softverskih alata za donošenje odluka u oblasti menadžmenta..		
Nastavne metode:	1. ex katedra 2. rad na računaru 3. prezentacije 4. gosti predavači	1. 40% 2. 45% 3. 10% 4. 5%	

Metode ocjenjivanja:	1. seminarski rad 2. kviz 1 3. kviz 2 4. finalni rad	1. 30% 2. 10% 3. 10% 4. 50%
Literatura:	• Gujarati, D.N. (2003), Basic Econometrics, 4/e, McGraw-Hill • Kennedy, P. (2004), A Guide to Econometrics, 5/e, MIT • Somun-Kapetanović, R. (2012), Statistika u ekonomiji i menadžmentu, Ekonomski fakultet, Sarajevo. • Wooldridge, J.M. (2009), Introductory Econometrics: A Modern Approach, 4/e, Cengage Learning	

Naziv predmeta: MENADŽMENT ODNOSA SA KUPCIMA	
1. CILJ PREDMETA	• Prepoznati značaj klijenata u savremenom poslovanju • Identifikovati bazične strategije kojima se može ostvariti bolja reagibilnost na zahtjeve i želje klijenata • Upoznati se sa osnovnim modelima mjerenja zadovoljstva klijenata • Trajnu izgradnju proaktivnog odnosa prema klijentima ugraditi u organizacionu kulturu kompanije
1.1. Osnovne tematske jedinice	• Pojam CRM-a i historijski kontekst razvoja CRM-a • Značaj klijenta u savremenim uslovima poslovanja • Koncept vrijednosti kao osnova tržišnog poslovanja: jaz između klijenta i menadžera • Spoznajna vrijednost: osnovne dimenzije i hijerarhija dimenzija vrijednosti • Povezanost zadovoljstva sa konceptom vrijednosti za klijente • IT u službi stvaranja vrijednosti za klijente • Upravljanje odnosima sa klijentima: izgradnja CRM poslovne strategije • Izgradnja modela mjerenja zadovoljstva klijenata • Usmjerenost na klijente kao kultura organizacije • CRM i Balanced Scorecard
1.2. Rezultati učenja	Student bi nakon odslušanij predavanja trebao da razumije značaj koji klijenti imaju u savremenom poslovanju, te da može primijeniti osnovne CRM strategije. Predmet je osmišljen tako da student kroz studije slučaja povezuje teoriju sa praksom, što vodi ka razvoju vještina koje su potrebne za upravljanje odnosima s klijentima u modernoj kompaniji.
2. LITERATURA	• Josip Muller, Velimir Srića, Upravljanje odnosom sa klijentima, Delfin – razvoj managementa, Zagreb 2005. (određena poglavlja) • Tihomir Vranešević, Upravljanje zadovoljstvom klijenata, Golden marketing, Zagreb 2000. (određena poglavlja) • Gerhard Raab, Nicole Lorbacher, Customer Relationship Management, I.H.Sauer-Verlag Heidelberg, 2002. • Zijada Rahimić, Izgradnja strateških prednosti preduzeća kroz njegova strateška opredjeljenja, Ekonomski fakultet u Sarajevu, Sarajevo 2006. (određena poglavlja) • Francis Buttle, Customer Relationship Management: concept and tools,

	Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004 • Harvard Business Review on Customer Relationship Management, Harvard Business School Publishing Corporation, 2001.
--	--

Naziv predmeta: KORPORATIVNO KOMUNICIRANJE	
1. CILJ PREDMETA	Predmet "Korporativno komuniciranje" nastoji da izgradi razumijevanje funkcije korporativnog komuniciranja te da pokaže kako su korporativne komunikacije povezane sa top menadžmentom kompanije i kako kompanija koristi korporativne komunikacije kod sprovođenja svoje poslovne strategije te uspostave odnosa sa različitim interesnim grupama (stakeholders).
1.1. Osnovne tematske jedinice	• Uvod u korporativno komuniciranje. • Funkcija korporativnog komuniciranja i upravljanje odnosima sa interesnim grupama (stakeholders). • Strategija i planiranje korporativnih komunikacija. • Organizacija i implementacija korporativnog komuniciranja u organizaciji. • Kreiranje identiteta, imidža i reputacije organizacije. • Korporativno komuniciranje sa internom javnošću. • Korporativno komuniciranje sa medijima i eksternom javnošću. • Integrirano marketinško komuniciranje. • Upravljanje kriznim komuniciranjem. • Korporativna društvena odgovornost i komuniciranje.
1.2. Rezultati učenja	Po završetku nastave studenti će moći: • Identificirati i razumijeti ključnu ulogu i značaj korporativnih komunikacija. • Objasniti osnovne karakteristike korporativnih komunikacija. • Razumjeti strateški značaj identiteta, imidža i reputacije organizacije. • Opisati, analizirati i evaluirati različite komponente korporativnog komunikacijskog miksa. • Samostalno pripremiti plan kampanje korporativnih komunikacija.
2. LITERATURA	<i>Osnovna literatura:</i> • Argenti, P., <i>Corporate Communication</i>, Fifth edition, McGraw-Hill, Inc., 2009. • Tomić, Z., <i>Odnosi s javnošću – teorija i praksa</i>, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2008. <i>Dopunska literatura:</i> • Brkić, N., <i>Upravljanje marketing komuniciranjem</i>, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2003. • Cornelissen, J.P., <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i>, Second Edition, Sage Publications Ltd, 2008. • Cutlip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M., <i>Učinkoviti odnosi s javnošću</i>, prijevod, deseto izdanje, Mate, Zagreb, 2010. • Rouse, M., Rouse, S., <i>Poslovne komunikacije</i>, Masmedia, Zagreb, 2005.

	• Tench, R., Yeomans, L., <i>Otkrivanje odnosa s javnošću</i>, prijevod, drugo izdanje, HUOJ, Zagreb, 2009. • Vilkoš, D.L., Kameron, G.T., Olt, F.H., Ejđži, V.K., <i>Odnosi s javnošću – strategije i taktike</i>, prevod, sedmo izdanje, Ekonomski fakultet Beograd, 2006.
--	---

Naziv predmeta: KORPORATIVNO UPRAVLJANJE	
1. CILJ PREDMETA	Korporativno upravljanje kao predmet koncipiran je na način da studenta stavlja u poziciju korporacijskog vlasnika koji je ujedno član nadzornog odbora kao, ipak, centralnog korporacijskog organa. Ono čega bi morali biti svjesni nakon završetka ovog predmeta su načini na koji svi korporacijski akteri participiraju u korporacijskom upravljanju kao velikoj slici velikog biznisa, te da je nadzorni odbor ključni korporacijski organ koji generira karakter korporacijskih odnosa sa svim korporacijskim akterima. Jedan od ciljeva ovog predmeta je i svijest da član korporacijskog nadzornog odbora mora biti samosvjesna i neovisna osoba koja puno zna i o korporacijskom upravljanju i o samom korporacijskom biznisu, sa sposobnošću da vidi i razumije korporaciju kao „veliku sliku“. Dakle, svrha predmeta Korporativno upravljanje je da studenti razumiju kako funkcionira korporacija. Kroz dimenziju različitih korporativnih struktura studenti se dovode u priliku da sa pozicije vlasnika, dioničara i člana nadzornog odbora istraže prirodu korporacije, dobre principe korporativnog upravljanja, unutrašnje i vanjske arhitekture korporativnog upravljanja, ulogu regulatornih tijela, modele korporativnog upravljanja i puno toga drugog vezanog za kompleksnu problematiku korporativnog upravljanja. Dio predmeta fokusira se i na pozitivne principe i regulativu korporativnog upravljanja razvijane kroz istoriju razvoja korporacija.
1.1. Osnovne tematske jedinice	• Korporacija, korporativna moć, pojam i karakteristike korporacije • Pojam i razvoj korporativnog upravljanja, OECD principi, EU direktive • Mehanizmi korporativnog upravljanja • Nadzorni odbor – ključni korporacijski organ – Zadaci nadzornog odbora • Slučajevi iz prakse: Enron, SAD i Parmalat, Italija • Korporativna analize korporacije, okvirno određenje i odabir korporacije • Korporativno upravljanje i tržište kapitala • Poslovna etika i etički kodeksi kompanija • Dobra praksa korporativnog upravljanja • Trenutne prakse korporativnog upravljanja u BiH i regiji; zakonski okvir • Društvena odgovornost korporacija
2. LITERATURA	• Babić M, Simić M., Šunje A., Puljić M.: „Korporativno upravljanje: principi i mehanizmi“, <u>Revicon, Sarajevo, 2008.</u> • OECD principi korporativnog upravljanja www.oecd.org • Modernising Company Law and Enhancing Corporate Governance in the European Union - A Plan to Move Forward • Tipurić D. i suradnici (2008): Korporativno upravljanje, <u>Sinergija, Zagreb</u> • Prof.dr. Darko Tipurić: Nadzorni odbor i korporativno upravljanje, <u>Sinergija, Zagreb</u>