

Šifra predmeta: MAN402	Naziv predmeta: MENADŽMENT U GLOBALNOM OKRUŽENJU		
Nivo: II ciklus studija	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 6
Status: obavezan			Ukupan broj sati: 30
1. CILJ PREDMETA	Obzirom da je predmet namijenjen studentima drugog ciklusa studija, osnovni cilj predmeta je produbiti specijalistička znanja iz oblasti međunarodnih poslovnih politika, strategija i poslovanja.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Pojam i historijski kontekst razvoja međunarodnog poslovanja 2. Uticaj međunarodnih organizacija (UN, WB, EBRD, IMF, WTO, OECD, OPEC, EU...) na poslovanje u okvirima međunarodnog biznisa 3. Ekonomski, socio – ekonomski faktori i njihov uticaj na međunarodni biznis 4. Značaj prirodnog okruženja za poslovanje na međunarodnom tržištu (geografski položaj, klima, prirodni resursi...) 5. Sociokulturološki aspekti međunarodnog biznisa 6. Politički i pravni aspekti međunarodnog poslovanja 7. Strategije međunarodnog poslovanja 8. Strateške opcije i formati 9. Odnos međunarodnih strategija, organizacionog dizajniranja i kontrole 10. Međunarodni menadžment ljudskih resursa 11. Pregovaranje i upravljanje konfliktom u međunarodnom biznisu		
1.2. Rezultati učenja	1. Sticanje znanja i vještina za pokretanje i/ili širenje poslovanja domaćih kompanija na ino tržištima 2. Razumijevanje logike međunarodnog biznisa i mogućnost saradnje sa poslovno i kulturološki različitim kompanijama		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
	Opis aktivnosti (%)		
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra	50 %	
	2. prezentacije	15 %	
	3. gosti predavači	10 %	
	4. studije slučaja	25 %	
	Učešće u ocjeni (%)		
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. parcijalni	30 %	
	2. istraživački rad	10 %	
	3. diskusije na zadate teme	5 %	
	4. prezentacija	5 %	
	5. finalni ispit	50 %	
3. LITERATURA	1. Ball Donald, McCulloch Wendell, Frantz Paul, Geringer Michael, Minor Michael, International Business – The challenge of global competition, McGrawHill, 2004. 2. Adler, J. Nancy, International Dimensions of Organizational Behavior, South-Western, 2001. 3. Fons Trompernaars, Peter Woolliams, Business Across Cultures, Capstone Publishing Ltd (Wiley Company), 2003. 4. Richard Mead, International Management: Cross Cultural Dimensions, BlackWell Publishing 2005.		