

Šifra predmeta: BUS338		Naziv predmeta: EKONOMIKA USLUGA	
Nivo: Prvi ciklus studija		Godina: III	Semestar: V
Status: obavezni smjerski		Broj sati sedmično: 6	Broj ECTS kredita: 6
			Ukupan broj sati: 90
1.CILJ PREDMETA		U savremeneom poslovnom svijetu uslužni sektor zauzima sve važniju ulogu. Firme koje se bave uslužnim djelatnostima zapošljavaju veliki udio radne snage u mnogim zemljama i u sve većoj mjeri doprinose bruto domaćem proizvodu pojedinih zemalja. Da bi se uspješno upravljalo uslužnim firmama neophodno je razumjeti kako funkcionira tržište usluga i koje su to specifičnosti poslovanja uslužnih firmi. Na mikroekonomskom nivou menadžeri trebaju razumjeti faktore koje utiču na potražnju usluga, kao i one koji imaju značajan uticaj na ponudu usluga. Predmet je interdisciplinarnog karaktera i bavi se problematikom poslovnog upravljanja firmama koje djeluju u uslužnim industrijama. Cilj predmeta je upoznavanje i analiziranje koncepcije, osnovnih teorijskih i aplikativnih problema poslovnog odlučivanju u uslužnim firmama. Studenti će se osposobiti za donošenje poslovnih odluka sa kojima se susreću menadžeri koji rade u turizmu, hotelima, restoranima i firmama za putnički prijevoz i o načinu da pronađu balans između vlastitih ciljeva i resursa, u odnosu na potrebe i prilike u današnjem globalnom tržišnom okruženju.	
1.1. Osnovne tematske jedinice		1. Uloga i značaj usluga u ekonomiji 2. Priroda usluga i karakteristike tržišta usluga 3. Strategija uslužnih firmi 4. Uslužni proces 5. Objedinjavanje i vezivanje uslužne ponude i donošenje odluka o određivanju sveobuhvatnih (all inclusive) cijena 6. Specifičnosti planiranja i upravljanja kapacitetom u uslužnim firmama 7. Predviđanje potražnje na tržištu usluga 8. Odnosi u uslužnom lancu nabave 9. Uticaj informacionih tehnologija na poslovanje uslužnih firmi 10. Rast i globalizacija uslužnih firmi 11. Strategije eksternalizacije - outsourcing i offshoring	
1.2. Rezultati učenja		Poslije završetka predavanja studenti će moći da: - pokažu razumijevanje osnovnih ekonomskih koncepta koji su relevantni za poslovanje uslužne firme; - pokažu razumijevanje problematike upravljanja kapacitetima u uslužnim firmama i savladaju osnovne tehnike usklađivanja potražnje za uslugama sa raspoloživim kapacitetima; - kritički procjene konkurentsku prednost uslužne firme i odnose u uslužnom lancu nabave; - pokažu razumijevanje uticaja savremenih izazova na poslovanje i rast uslužnim firmi.	
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. analiza slučaja 3. diskusije 4. projekat 4. gosti predavači	1. 40% 2. 20% 3. 10% 4. 10% 5. 10%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2.Način ocjenjivanja studenata	1. Midterm test 2. Finalni test 3. Analiza slučaja 4. Projekat	1. 30% 2. 40% 3. 10% 4. 20%	
3. LITERATURA		1. Fitzsimmons, James A., and Mona J. Fitzsimmons, <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i> , 6th Ed., McGraw-Hill/Irwin, 2007. 2. Johnston Robert and Clark Graham, <i>Service Operation Management</i> , 3td Ed., Prentice Hall, 2008. 3. Alan Fyall, Anna Leask, Brian Garrod, Stephen Wanhill: <i>Managing Visitor Attractions: New Perspective</i> , second edition, Butterworth- Heinemann, 2008. 4. Robert Philips: <i>Pricing and Revenue Optimization</i> , Stanford Business Schools, 2005. 5. Robert E. Kennedy, Ajay Sharma: <i>The Services Shift: Seizing zhe Ultimate Offshore Opportunity</i> , FT Press, 2009	