



UNIVERZITET  
METROPOLITAN  
BEOGRAD

OSNOVNE STUDIJE

BIZNIS I MARKETING

MODUL

**MENADŽMENT  
U SPORTU**

[www.metropolitan.ac.rs](http://www.metropolitan.ac.rs)

# BIZNIS I MARKETING

## modul - Menadžment u sportu

Trajanje studija: **4 godine**

Broj ESPB: **240 ESPB**

Izborni moduli:

Modul MK: Marketing

Modul MUS: **Menadžment u sportu**

Zvanje: diplomirani menadžer

Polje: društveno humanističko

Oblast: menadžment i biznis

Oblicistudiranja: tradicionalni (u prostorijama univerziteta) i onlajn, preko Interneta (e-učenje)

## ŠTA JE MENADŽMENT U SPORTU?

Menadžment u sportu je oblast obrazovanja koja se bavi poslovnim aspektima u sportu. Biznis u sportu je prisutan ne samo u profesionalnom sportu, već i sportu u školama i na univerzitetima, sportskoj rekreaciji, sportskom marketingu, organizaciji sportskih događaja, u upravljanju sportskim objektima, kao i u upravljanju sportskim organizacijama.

## CILJ STUDIJSKOG PROGRAMA

**Ovaj studijski program ima dva cilja:** Prvo, da obezbedi neophodna znanja, veštine i kompetencije diplomiranim studentima da se profesionalno i uspešno bave menadžmentom u sportu. Drugo, da budu osposobljeni i da se bave opštim menadžmentom, tj. da ih osposobi za poslove upravljanja i u organizacijama koje nisu sportske organizacije. U tom smislu, studijski program nudi dovoljan broj predmeta iz oblasti opšteg menadžmenta, pored predmeta u užoj oblasti menadžmenta u sportu, što kvalifikuje diplomirane studente da rade i poslove menadžera i u nesportskim organizacijama. Ta dvojna funkcija ovog studijskog programa je njegova specifičnost u odnosu na druge slične programe u Srbiji, koji su isključivo usmereni ka sportskom menadžmentu. Na taj način se povećavaju mogućnosti zapošljavanja diplomiranih studenata ovog programa.

**Izborni modul Menadžment u sportu ima za cilj da:**

□ pripremi studente iz oblasti menadžmenta u sportu za zaposlenje u različitim oblastima povezanih sa industrijom sporta, obezbeđujući im fundamentalne koncepte, najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine, za prepoznatljive poslovne, javne profesije i zanimanja u kojima se upravlja sportskim organizacijama, sportskim događajima, sportskim objektima, marketing aktivnostima u sportu itd i/ili za upis na master studije;

□ osposobi studente da kao menadžeri obavljaju širok spektar zanimanja iz oblasti sporta – menadžmenta u sportu, menadžmenta trenadžne tehnologije, u sportskoj agenciji, da upravljaju proizvodnjom i distribucijom sportske opreme itd, i stiču najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine.

### **Ovako postavljeni ishodi učenja omogućavaju:**

- učenje i razvijanje procena;
- poboljšanje nastave i poboljšanje interne provere znanja;
- nužan preduslov za spoljnu procenu i okvir za kvalitet, standarde i integrisani visokoškolski obrazovni prostor.

Na osnovu zadatih ishoda učenja studenti bi trebalo da budu osposobljeni da prepoznaju i razumeju osnovna teorijska znanja menadžmenta, centralne ideje preduzetništva i dominante ciljeve poslovne strategije i realizacije donetih planova i programa zasnovanih na marketing istraživanju, analizi i sintezi svih parametara marketing miksa i postavljenih ciljeva reinženjeringa i redizajna poslovnih procesa i nove organizacije.

### **Misija izbornog modula Menadžment u sportu je da:**

- pripremi studente iz oblasti menadžmenta u sportu za zaposlenje u različitim oblastima povezanih sa industrijom sporta, obezbeđujući im fundamentalne koncepte, najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine, za prepoznatljive poslovne i javne profesije i zanimanja u kojima se upravlja sportskim organizacijama, sportskim događajima, sportskim objektima, marketing aktivnostima u sportu itd i/ili za upis na master studije.
- Osposobi studente da kao menadžeri obavljaju širok spektar zanimanja iz oblasti sporta – menadžmenta u sportu, menadžmenta trenažne tehnologije, u sportskoj agenciji, da upravljaju proizvodnjom i distribucijom sportske opreme itd, i stiču najsavremenija teorijska znanja i praktične veštine.
- diplomirani studenti svojim radom i aktivnostima doprinosi razvoju privrede i društva u Srbiji.
- razvija potencijale, znanje i kreativnost mladih talenata.

## **POSLOVI ZA KOJE SE STUDENTI OSPOSABLJAVAJU**

### **Studenti koji završe osnovne akademske studije biznis i marketing osposobljeni su da rade u:**

- u sportskim organizacijama kao menadžeri u sportu, i da se brinu o njihovom poslovanju i finansijama.
- u organizacijama koje upravljaju sportskim objektima, te mogu da rade kao menadžeri koji su odgovorni za upravljanje sportskim objektima, kao i za upravljanje sportskim događajima u njima,
- u obrazovnim ustanovama i da budu organizatori i menadžeri sportskih objekata i školskih takmičenja,
- u rekreacionim i fitness centrima, u kojima mogu da rade menadžeri poslovanja i da upravljaju njihovim poslovanjem,
- u profesionalnim klubovima i da budu odgovorni za njihove finansije, za marketing, za uspešno poslovanje, za organizaciju sportskih događaja i za održavanje sportskih objekata.

# ISHODI UČENJA STUDIJSKOG PROGRAMA

Ishodi učenja su opšta i specifična potrebna znanja koja obezbeđuju neophodan nivo kompetencija koje student stiče nakon ispunjenja svih obaveza studiranja predviđenih programom. Na ovaj način ishodi učenja treba da obezbede potrebne kompetencije nakon učenja koje student usvaja kao teorijske vrednosti količine znanja i praktičnih veština za upotrebu na poslovima i radnim zadacima za koje se bude angažovao u svojoj struci.

Savladavanjem gradiva studijskog programa student stiče opšta i specifična znanja i veštine koje se potvrđuju njegovom kompetentnošću zasnovanom na ishodima učenja predmetnog studijskog programa.

- sticanje znanja i razumevanja gradiva iz opšteg menadžmenta, marketinga i menadžmenta u sportu;
- primena znanja i razumevanja u oblasti menadžmenta;
- sposobnost zaključivanja i rasuđivanja;
- veština komuniciranja stavova, ideja, problema i rešenja;
- razvijanje veštine učenja nužne za neprekidno doživotno učenje sa visokim nivoom autonomije;
- sposobnost demonstriranja usvojenih znanja, veština i razumevanja u svakodnevnom radu;
- neprestano inoviranje i unapređivanje znanja i veština u skladu sa razvojem nauke u oblasti menadžmenta;
- sticanje veština potrebnih za prikupljanje i interpretaciju relevantnih podataka iz oblasti menadžmenta i donošenje zaključaka vezanih ne samo za oblast menadžmenta već i za relevantne naučne, etičke i društvene teme;
- veština predstavljanja informacija, ideja, problema i mogućih rešenja, kako u organizaciji u kojoj rade tako i stručnoj i opštoj publici.

## **specifični ishodi učenja vezanih za užu oblast menadžmenta u sportu su:**

- upravljanje sportskim objektima
  - organizacija sportskih događaja i takmičenja
  - bezbednost u sportskim objektima i za vreme sportskih događaja
  - finansije sportskih organizacija
  - biznis u sportu i poslovanje sportskih organizacija
  - marketing u sportu
  - upravljanje sportskim organizacijama i profesionalnim klubovima
  - upravljanje rekreacionim centrima i fitnes centrima
  - organizacija sporta u obrazovnim ustanovama
-

# USAGLAŠENOST PROGRAMA SA MEĐUNARODNIM STANDARDIMA

- North American Society for Sport Management
- Sport Marketing Association
- International Ticketing Association
- College Sports Information Directors of America

## NAJČEŠĆA RADNA MESTA DIPLOMIranih STUDENATA

Postoji veliki broj različitih mogućnosti zapošljavanja u okviru menadžmenta u sportu. **Evo nekoliko primera:**

- Administrator u sportskim organizacijama: To može biti vlasnik, direktor, sportski menadžer, i sl.
  - PR menadžer i menadžer odnosa s javnošću: Rukovodilac u sportskoj organizaciji koji odgovoran za komunikacije s javnošću,
  - Menadžer za sportsku video produkciju: Organizator video prenosa sportskih događaja
  - Menadžer sportskih objekata i sportskih događaja: To može biti direktor sportskih objekata, objekata sportske rekreacije i zabave, direktor za specijalne događaje, menadžer za odnose sa kupcima i menadžer za odnose sa gostima.
  - Finansijski menadžer: Direktor finansija sportske organizacije, , sportskog udruženja, menadžer prodaje ulaznica
  - Marketing menadžer: Direktor marketinga sportske organizacije ili sportskog centra, direktor specijalnih događaja ili menadžer sportskih takmičenja.
  - Menadžer za odnose s javnošću: Direktor za odnose s javnošću sportske organizacije ili centra, direktor sportskih medija, direktor odnosa za zajednicom, pomoćnik za korporativne komunikacije.
  - Menadžer putovanja i turizma: Planer takmičenja, specijalista za odnose s agostima, koordinator specijalnih događaja i organizator bavljenja sportovima u turističkim organizacijama.
-

# ORGANIZACIJA PROGRAMA

Stuijski program u oblasti marketinga je razvijen na osnovu analize sličnih studijskih programa na najrenomiranijim američkim univerzitetima i poslovnih škola. Kao rezultat te analize, razvijen je studijski program koji ima najveći broj predmeta iz oblasti marketinga u Srbiji, jer nudi sledeće predmete u oblasti marketinga:

## **Obavezni predmeti:**

01. MK150 Osnovi menadžmenta
02. IS205 Osnove informacionih sistema
03. OM100 Uvod u operacioni menadžment
04. MK100 Principi marketinga
05. NT111 Engleski 1
06. MG150 Poslovne finansije sa računovodstvom
07. NT112 Engleski 2
08. OM131 Razvoj novih proizvoda
09. MK130 Principi prodaje
10. MK120 Integrisane marketinške komunikacije
11. MK110 Poslovna ekonomija
12. MA272 Poslovna statistika sa verovatnoćom
13. NT214 Engleski za menadžere
14. MK240 Oglašavanje
15. OM230 Upravljanje ljudskim resursima
16. MK375 Poslovno pravo
17. MK235 Menadžment prodaje
18. MK210 Marketing istraživanja
19. OM323 Upravljanje projektima
20. MK360 Odnosi s javnošću
21. MK220 Ponašanje potrošača
22. MK 251 Digitalni marketing
23. OM350 Preduzetništvo
24. NT210 Poslovna etika i komunikacija
25. MK340 Marketing menadžment
26. MK230 Brend menadžment
27. MK425 Strateški menadžment
28. MK310 Međunarodno poslovanje
29. MG491 Stručna praksa
30. Izborni predmet 1 modula MK
31. Izborni predmet 2 modula MK
32. MK455 Projekat marketing kampanje
33. MK485 Menadžment specijalnih i medijskih događaja
34. MG495 Završni rad

## **Izborni predmet 1 modila:**

01. MG360 Profesionalni sport
02. MK240 Oglašavanje
03. IS345 Upravljanje digitalnim sadržajima

## **Izborni predmet 2 modila:**

04. MG340 Menadžment bezbednosti u sportu
  05. MK230 Brend menadžment
  06. MK130 Principi prodaje
-

Sem.	RB	OAS BIZNIS I MARKETING - Modul: MARKETING	ESPB	P	V	LV	Ost
1	1	MK150 Osnove menadžmenta	8	3	2	0	0
	2	IS205 Osnove informacionih sistema	6	2	2	0	0
	3	OM100 Uvod u operacioni menadžment	6	2	2	0	0
	4	MK100 Principi marketinga	6	2	2	0	0
	5	NT111 Engleski 1	4	3	0	0	0
2	6	MG150 Poslovne finansije sa računovodstvom	8	3	3	0	0
	7	NT112 Engleski 2	4	3	0	0	0
	8	OM131 Razvoj novih proizvoda	6	2	2	0	0
	9	MK130 Principi prodaje	6	2	2	0	0
	10	MK120 Integrisane marketinške komunikacije	6	2	2	0	0
		<b>Zbir za 1. godinu:</b>	<b>60</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
3	11	MK110 Poslovna ekonomija	8	3	3	0	0
	12	MA272 Poslovna statistika sa verovatnoćom	8	2	1	2	0
	13	NT214 Engleski za menadžere	4	3	0	0	0
	14	MK240 Oglašavanje	8	3	3	0	0
4	15	OM230 Upravljanje ljudskim resursima	8	3	3	0	0
	16	MK375 Poslovno pravo	8	3	2	0	0
	17	MK235 Menadžment prodaje	8	3	3	0	0
	18	MK210 Marketing istraživanja	8	2	1	2	1
		<b>Zbir za 2. godinu:</b>	<b>60</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
5	19	OM323 Upravljanje projektima	8	3	3	0	1
	20	MK360 Odnosi s javnošću	6	2	2	0	0
	21	MK220 Ponašanje potrošača	8	2	3	0	0
	22	MK251 Digitalni marketing	8	3	1	2	0
6	23	OM350 Preduzetništvo	8	3	3	0	1
	24	NT210 Poslovna etika i komunikacija	6	2	2	0	0
	25	MK340 Marketing menadžment	8	3	2	0	0
	26	MK230 Brend menadžment	8	2	3	0	0
		<b>Zbir za 3. godinu:</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
7	27	MK425 Strateški menadžment	8	3	4	0	0
	28	MK310 Međunarodno poslovanje	8	4	3	0	0
	29	MG491 Stručna praksa	6	0	0	0	0
	30	Izborni predmet 1 modula MK	8	3	3	0	0
8	31	Izborni predmet 2 modula MK	8	3	3	0	0
	32	MK455 Projekat marketing kampanje	8	3	4	0	0
	33	MK485 Menadžment specijalnih i medijskih događaja	8	4	3	0	0
	34	MG495 Završni rad	6	0	0	0	0
		<b>Zbir za 4. godinu:</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Izborni predmet 1 modula							
7	30	MK440 Marketing planiranje	8	3	3	0	0
	30	MG410 Upravljanje organizacijskim promenama	8	3	3	0	0
Izborni predmeti 2 i 3 modula							
	31	MG 340 Menadžment bezbednosti u sportu	8	2	3	0	0
	31	MK230 Brend menadžment	8	2	3	0	0

# ORGANIZACIJA PROGRAMA

## **MK150 Osnovi menadžmenta:**

Cilj ovog predmeta je upoznavanje studenata sa osnovama menadžmenta kao nauke i profesije; razumevanje i ovladavanje bazičnim tehnikama i metodama donošenja poslovnih odluka u kompleksnim uslovima funkcionisanja savremenog preduzeća; ovladavanje osnovnim menadžerskim znanjima i veštinama uz razvoj sposobnosti analitičkog razmišljanja; detaljno sagledavanje i razumevanje sadržaja, oblika i međusobne povezanosti osnovnih faza procesa menadžmenta (planiranje, organizovanje, vođenje i kontrola). Stečeno znanje iz oblasti menadžmenta studenti će koristiti u prepoznavanju različitih tržišnih i poslovnih fenomena, kao i prilikom rešavanja problema koji svoje ishodište imaju u menadžment teoriji i praksi. Student će biti osposobljen da samostalno i timski radi, da samostalno, grupno i interaktivno rešava probleme, da uspostavi određeni nivo komunikacije i da adekvatno prezentira rezultate svog rada.

## **IS205 Osnove informacionih sistema:**

Značaj koji danas imaju informacioni sistemi zahteva da se studentima omogući upoznavanje sa njegovim najznačajnijim komponentama, kako bi mogli da ih efikasno koriste ili učestvuju kao članovi projektnih timova u njihovoj realizaciji. S takvim ciljem je i sastavljen nastavni program ovog predmeta. Njime su obuhvaćene definicije i osnovni koncepti koji se odnose na strukturu i komponente informacionih sistema, problematiku vezanu za njihovu infrastrukturu, bezbednost itd. Naročita pažnja je posvećena ulozi informacionih sistema koju imaju u savremenim poslovnim sistemima pa se s tim u vezi govori o Web 2.0 tehnologijama u cilju unapređenja komunikacije, kolaboracije i konekcije između poslovnih partnera, primeni različitih tipova enterprise informacionih sistema radi unapređenja relacija među poslovnim partnerima, vođenja elektronske trgovine, unapređenja primene poslovne inteligencije itd.

## **OM100 Uvod u operacioni menadžment:**

Ovaj predmet izučava projektovanje sistema koji proizvode robe i usluge. Kao predmet koji uvodi studente u operacioni menadžment, predmet pruža jedan pregled komponenti u procesu dodavanja vrednosti proizvodu ili usluzi u cilju da se projektuje, proizvede i isporuče kupcu proizvodi ili usluge. Nastavne teme uključuju: projektovanje proizvoda i usluga, planiranje, projektovanje i upravljanje lancem snabdevanja, projektovanje poslova i upravljanje ljudskim resursima, planiranje pogona i projektovanje rasporeda, planiranje materijala i resursa, planiranje i upravljanje kapacitetom, planiranje i upravljanje zalihama, upravljanje totalnim kvalitetom, analiza troškova, planiranje projekta, upravljanje operacionim resursima, tanke operacije i operacije tačno-navreme, poboljšanja operacija i strategija operacija.

## **MK100 Principi marketinga:**

Cilj poslovanja u marketing orijentisanom preduzeću predstavljaju potrebe potrošača i njegovo adekvatno zadovoljavanje, jer je to ključ za postizanje primarnih ciljeva postojanja, poslovanja, i razvoja preduzeća. Cilj predmeta Osnovi marketinga je usvajanje osnovnih znanja o paradigmama, metodama, tehnikama i strategijama marketinga i razvijanje sposobnosti kreiranja fleksibilnih načina reagovanja na promenljive uslove (tržišnog) poslovanja.

---



## **NT111 Engleski 1:**

Engleski jezik 1 je srednji kurs opšteg engleskog jezika sa elementima jezika struke. Cilj predmeta je naučiti, obnoviti i konsolidovati poznavanje i upotrebu gramatike i vokabulara na srednjem nivou engleskog jezika, kao i razvijati i uvežbavati sledeće jezičke veštine: Govor, kojim se student osposobljava da usmeno komunicira u formi razgovora na svakodnevne i profesionalne teme, usmerene konverzacije, dijaloga i kraće usmene prezentacije; Slušanje, kojim se student osposobljava da sluša, prati i razume kraće segmente govornog engleskog jezika; Čitanje, kojim se student osposobljava da sa razumevanjem čita kraće stručne tekstove, kao i duže polustručne, novinske i beletrističke tekstove adaptirane na srednjem nivou; Pisanje, kojim se student osposobljava da hvata beleške na engleskom jeziku, piše rezime kraćih stručnih tekstova, kraća privatna i poslovna pisma, kraće stručne informativne tekstove (uputstvo, izveštaj, opis) i kraće odgovore na pitanja o zadatoj temi; Prevođenje, kojim se student osposobljava da prevodi kraće stručne tekstove sa engleskog na srpski jezik; Integrisanje gore pomenutih veština, kojim se student osposobljava da u stvarnim situacijama kombinuje različite veštine.

## **MG150 Poslovne finansije sa računovodstvom:**

Pokrivajući oblasti finansijskog računovodstva i delom upravljačkog računovodstva i analize bilansa, ovaj predmet pruža osnovna teorijska, metodološka i praktična računovodstvena znanja neophodna budućim menadžerima za obavljanje konkretnih poslova i rešavanje menadžerskih problema, naročito onih vezanih za odabrani smer, i predstavlja osnovu za razumevanje i praćenje ekonomskih predmeta u narednim godinama studija. Pokrivajući oblasti korporativnih finansija tj. finansijskog menadžmenta i delom upravljačkog računovodstva, ovaj predmet pruža osnovna teorijska, metodološka i praktična finansijsko-računovodstvena znanja neophodna budućim menadžerima za obavljanje konkretnih poslova i rešavanje menadžerskih problema, naročito onih vezanih za odabrani smer i predstavlja osnovu za razumevanje i praćenje ekonomskih predmeta u narednim godinama studija.

## **NT112 Engleski jezik 2:**

Engleski jezik 2 je viši srednji kurs – kombinacija opšteg engleskog jezika i jezika struke. Cilj predmeta je razviti kompetenciju iz oblasti gramatike i vokabulara, kao i razvijati i uvežbavati sledeće jezičke veštine:

- govorenje, kojim se student osposobljava da usmeno komunicira na engleskom jeziku, sa odgovarajućim izgovorom, u stvarnim komunikacionim situacijama, u formi razgovora na svakodnevne i profesionalne teme, davanja stručnih uputstava, vođene konverzacije, dijaloga i kraće usmene prezentacije;
  - slušanje, kojim se student osposobljava da sluša i razume govorni engleski jezik, na opšte teme i teme vezane za IT, odnosno poslovni engleski;
  - čitanje, kojim se student osposobljava da sa razumevanjem čita kraće i duže stručne tekstove, kao i duže polustručne, novinske i beletrističke tekstove adaptirane na višem srednjem nivou
  - pisanje, kojim se student osposobljava da hvata beleške na engleskom jeziku, piše rezimee kraćih stručnih tekstova, kraća privatna i poslovna pisma uključujući i CV, kraće stručne informativne tekstove (uputstvo, izveštaj, opis) i kraće i duže odgovore na pitanja o zadatoj temi;
  - prevođenje, kojim se student osposobljava da prevodi kraće stručne tekstove sa engleskog na srpski jezik;
  - integrisanje gore pomenutih veština, kojim se student osposobljava da u stvarnim situacijama kombinuje različite veštine, sa posebnim naglaskom na grupne aktivnosti rešavanja stručnih problema.
-

## **MK170 Marketing u sportu:**

Predmet prikazuje primenu marketinga na sportske organizacije i sportske događaje. Studenti se upoznaju sa principima, tehnikama i metodama marketinga primenjivim u sportu. Sponzorstvo je jedan od ključnih faktora za uspeh u sportu.

## **MK165 Uvod u menadžment u sportu:**

Predmet uvodi studente u osnovne funkcije menadžmenta: planiranje, organizovanje, vođenje i kontrolu u sportu. Objašnjavaju se poslovne i sportske funkcije sportske organizacije. Objašnjavaju se karakteristike menadžera u sportu.

## **MK175 Istorija sporta:**

Studenti se upoznaju sa nastankom sporta, drevnog i savremenog. Objašnjavaju se uslovi nastanka drevnih Olimpijskih igara, njihova evolucija, različitost modela i organizacije fizičkog vežbanja, sve do savremenih sportskih događaja. Sve je više novih sportskih grana, sportskih događaja, istaknutih sportista i trenera sa kojima se treba upoznati.

## **OM131 Razvoj novih proizvoda**

Cilj predmeta je da se studenti upoznaju sa savremenim metodama za utvrđivanja potreba kupaca i tehnikama razvoja proizvoda koji zadovoljavaju te potrebe. Ove metode i tehnike se detaljno proučavaju (funkcija seminarskog rada) i primenjuju na nekom konkretnom primeru (funkcija projekta) u nastavi ovog predmeta. Posebno se izučavaju metode integralnog, odn. simultanog razvoja proizvoda kao i metoda za simultano (paralelno) odvijanje više aktivnosti procesa razvoja procesa. Daje se poseban naglasak na one aktivnosti za koje su odgovorni stručnjaci za marketing.

## **MK110 Poslovna ekonomija:**

Pokrivajući oblast poslovne ekonomije, ovaj predmet pruža osnovna teorijska znanja vezana za poslovanje preduzeća, pravne forme, način funkcionisanja preduzeća i osnovne ekonomske kategorije čije je poznavanje neophodno budućim menadžerima za obavljanje konkretnih poslova i rešavanje menadžerskih problema, naročito onih vezanih za odabrani smer. Studenti će nakon ovog kursa poznavati osnovne pravne forme privrednog društva, njihove specifičnosti sa posebnim naglaskom na upravljanju i organima upravljanja u različitim privrednim društvima. Usvojiće ključne ekonomske kategorije, a pre svega znanja vezana za ulogu, karakteristike i značaj proizvodnje i reprodukcije, imovinu, kapital, procenu vrednosti uloga, tokove vrednosti u biznisu, raspodelu rezultata, povezivanje privrednih društava.

## **MA272 Poslovna statistika sa verovatnoćom:**

Ovaj predmet osposobljava studente da donose odluke pri projektovanju ili upravljanju koje se oslanjaju na dobro razumevanje verovatnoće i statistike, da projektuju i sprovode eksperimente radi evaluacije hipoteza o kvalitetu softvera i procesa, da analiziraju podatke iz različitih izvora i da shvate važnost empirijskih metoda u softverskom inženjerstvu. Nastavne teme: Principi diskretne verovatnoće sa primenama u računarstvu. Osnove deskriptivne statistike. Distribucija, uključujući normalnu (Gauss-ovu), binomalnu i Poasonovu (Poisson). Koncept najmanjeg kvadrata, korelacija i regresija. Statistički testovi: t-test, ANOVA i hi kvadrat test. Projektovanje eksperimenata i testiranje hipoteza. Statistička analiza podataka iz različitih izvora. Primene statistike u analizi performansi, inženjerske pouzdanosti, korisnosti, ocenjivanju troškova i u evaluaciji kontrole procesa.

## NT214 Engleski za menadžere:

Engleski jezik za menadžere je viši srednji/napredni kurs engleskog jezika struke u oblasti menadžmenta. Cilj kursa Engleski jezik za menadžere je konsolidovati upotrebu gramatike na višem srednjem nivou, proširiti opšti, i naročito, stručni vokabular i uvežbavati njihovu upotrebu u različitim jezičkim funkcijama, kao i usavršavati i integrisati sledeće jezičke veštine:

- govorenje, kojim se student osposobljava da usmeno komunicira na engleskom jeziku, sa odgovarajućim izgovorom, u stvarnim komunikacionim situacijama, u formi razgovora na svakodnevne i profesionalne teme, davanja stručnih uputstava, grupnog rešavanja stručnih problema, dijaloga i kraće usmene prezentacije;
- slušanje, kojim se student osposobljava da sluša i razume govorni engleski jezik, naročito teme vezane za marketing i menadžment;
- čitanje, kojim se student osposobljava da sa razumevanjem čita kraće i duže stručne i naučne tekstove, kao i duže polustručne, novinske i beletrističke tekstove adaptirane na višem srednjem i naprednom nivou;
- pisanje, kojim se student osposobljava da hvata beleške na engleskom jeziku, piše rezimee kraćih stručnih tekstova, vodi kraće;
- poslovne prepiske, piše kraća privatna i poslovna pisma, kraće stručne informativne tekstove (uputstvo, izveštaj, opis, pisana diskusija) i kraće i duže odgovore na pitanja o zadatoj temi;
- prevođenje, kojim se student osposobljava da prevodi kraće stručne tekstove sa engleskog na srpski jezik;
- integrisanje gore pomenutih veština, kojim se student osposobljava da u stvarnim situacijama kombinuje različite veštine, sa posebnim naglaskom na grupne aktivnosti rešavanja stručnih problema.

## MK240 Oglašavanje:

Predmet omogućava osposobljavanje studenata za upravljanje oglasno-komunikacijskim procesom. Ovaj proces može biti profitne i neprofitne prirode. Prvi je češći i odnosi se na za predstavljanje poslovno - proizvodnog sistema i njegovih proizvoda i usluga ciljnom segmentu klijenata i/ili javnosti sa ciljem da ih informiše i uveri da zadovoljava njihove potrebe, ispunjava njihove želje i očekivanja i time utiče na odluke klijenata i/ili javnosti. Drugi se odnosi na promovisanje institucija, državnih organa, grupa, klubova, stranaka i bilo kojih organizacija koje nemaju za cilj svojih medijskih aktivnosti sticanje profita, već upoznavanje javnosti sa određenim idejama, programima, aktivnostima koje su od interesa za javnost. Težište je na tradicionalnom komunikacijskom obliku oglašavanja: svrha, izbor medija, definisanje poruka, merenje efekata, itd.), pri čemu se mediji analiziraju u širem smislu i upoređuju međusobno.

## OM230 Upravljanje ljudskim resursima:

Cilj predmeta je sticanje osnovnih znanja i sposobnosti u cilju dostizanja visokoprofesionalnog odnosa prema ljudskom kapitalu kompanije, njegovom oblikovanju i razvoju, pri čemu ljudski kapital predstavlja zaposlene sa celokupnim rasponom individualnog i kolektivnog znanja, sposobnosti, stavova, mogućnosti, ponašanja, iskustva i emocija.

## NT210 Poslovna etika i komunikacija:

Predmet uvodi studente u društvena, pravna i ekonomska pitanja poslovne etike i poslovne komunikacije-modele i implikacije etičnog i efektivnog poslovnog komuniciranja na poslovanje. Kao multidisciplinarna aktivnost, predmet će se baviti poslovno-pravnim, etičko-filozofskim, psihološkim, sociološkim, retoričkim i lingvističkim aspektima komunikacije. Cilj predmeta je da se objedine ova kompleksna znanja i da studenti steknu veštinu uspešnog i etičnog poslovnog komuniciranja, kao i da studenti steknu određen stav o profesionalnoj praksi, uočavajući esencijalne probleme u procesu komunikacije.

---

## **MK235 Menadžment prodaje:**

Upravljanje prodajom je veoma važna funkcija svake proizvodne ili uslužne organizacije. Cilj predmeta je da se studenti obučavaju kroz studije slučaja za konkretan rad na obuci, koordinaciji i kontrolisanju rada prodavaca. Upotrebljavaju se odgovarajuće metode, strategije i taktike za stimulaciju i efikasniji rad prodavaca i ostvarivanje prodajnih kvota a samim tim i profitnih ciljeva organizacije.

## **MK275 Principi treninga u sportu**

Predmet uvodi studente u planiranje treninga, razvoj fizičkih sposobnosti, pripremu za trening i takmičenje. Objavljavaju se procesi sportska forma, zamor, oporavak sportiste, tempiranje forme, trenažna opterećenja.

## **OM323 Upravljanje projektima:**

Cilj predmeta je sticanje znanja i veština za upravljanje projektima (UP). Predmet čine sledeće nastavne teme: (1) Uvod: Šta je projekat?; (2) UP: definicija, koncepti, sistemski pristup; (3) Ciklus razvoja sistema UP – Rane faze: Identifikacija problema, Iniciranje projekta, Ugovaranje projekta; (4) Osnove planiranja i logički okvir projekta; (5) Osnove planiranja projekta i osnove tehnike mrežnog planiranja; (6) Mrežno planiranje i PDM; (7) PERT, CPM, Alokacija resursa, GERT; (8) Predviđanje troškova i budžetiranje projekta; (9) Upravljanje rizikom u realizaciji projekta; (10) Kontrola realizacije projekta; (11) Informacioni sistem za UP; (12) Evaluacija, izveštavanje i završavanje projekta; (13) Organizaciona struktura i finansiranje projekta; (14) Projektni tim: Uloge, odgovornosti i autoriteti na projektu, rešavanje konflikata; (15) Uspeh i neuspeh projekta, naučene lekcije. Glavni praktični deo predmeta je izrada projekta: svaki student treba da realizuje jedan projekt kojim treba da pokaže svoju spremnost da primeni stečena znanja u upravljanju konkretnim projektom. Projekat definišu zajedno student i profesor, kako bi se izabrala tema koja najviše odgovara aktivnostima studenta. Vrlo je značajno da student uradi projekt, jer on najbolje pokazuje stepen razumovanja i sticanja znanja na predmetu. Konačno, rezultat ovog predmeta za studenta treba da budu stečena teorijska i praktična znanja i veštine za samostalno upravljanje projektima.

## **MK360 Odnosi s javnošću:**

Predmet se bavi odnosima s javnošću u našem smislu: definisanjem opsega delovanja, nastankom i prelaskom u jedan od najznačajnijih segmenata marketinga. U užem smislu obrađuju se postavka odnosa s javnošću, planiranje i izvođenje istih uz ocenjivanje uspešnosti. Naglasak je stavljen na praktičan deo-moderni PR i njegovu sve širu upotrebu. Cilj je da studenti ovladaju veštinama koje će im pored teoretske osnove za organizovanje PR aktivnosti dati sposobnost da ih i izvode-kreativno, efikasno i brzo, jer samo takvi odnosi s javnošću mogu da budu paritetni na tržištu marketinških usluga. Zbog toga je momenat socio-psihološkog proučavanja ponašanja društva-auditorijuma izražen u predmetu, kao i istraživanja koja se koriste u odnosima s javnošću.

## **MK220 Ponašanje potrošača:**

Predmet se bavi ponašanjem potrošača na svim nivoima. Najviši nivo analizira čitavo društvo i opšte kolektivne preferencije i tendencije u kupovini, u odnosu na tržište, marketing i oglašavanje. Srednji nivo se bavi demografskim, kulturološkim, ekonomskim i drugim podelama koje markiraju određeno društvo i njegove segmente. Osnovni nivo analize ponašanja potrošača bavi se mikrosegmentima društva i malim potrošačkim grupama. Kroz različite tipove istraživanja (kvantitativne i kvalitativne), kao i različite pristupe: marketinški, sociološki, kulturološki i druge, student treba da razvije sposobnost generalne i parcijalne analize ponašanja potrošača i tu analizu primeni u marketinško-komunikološke svrhe.

## **MK251 Digitalni marketing:**

Početak 20. veka promenio je odnose snaga u oglašivačkom svetu. U opštu upotrebu je ušao novi „medij svih medija“, Internet, koji je izazvao preraspodelu oglašivačkog kapitala i ozbiljno uzdrmao svet tradicionalnog marketinga. Predmet digitalni marketing izučava promene koje je ovaj metamedij doneo alatima i tehnikama tradicionalnog marketing miksa, targetiranju ciljnih grupa i obliku reklamnog obraćanja (iz tradicionalne reklame u multimediju). Neophodno je da budući marketinški stručnjaci ovladaju novim medijem, oblicima oglašavanja na njemu i specifičnim, interaktivnim marketingom u kome se promene dešavaju 24/7.

## **OM350 Preduzetništvo:**

Ovaj predmet ima za cilj da prezentira različite koncepte ,metode i teorijska istraživanja u oblasti preduzetništva .Pored toga što je teorijsko i naučno fundiran, on objedinjuje praktična iskustva i pruža praktične primere ,koji treba da pomognu studentima da lakše implementiraju svoja stečena znanja u realnom životu i trasiraju uspešnu profesionalnu karijeru u budućnosti. Na predmetu se izučavaju sledeće nastavne teme: Razvoj i uloga preduzetništva, Uticaj preduzetništva na privredni rast i samozapošljavanje, Različiti teoriski pristupi vrstama preduzetničkih aktivnosti i karakteristike preduzetnika koje doprinose poslovnom uspehu, Menadžerske poslovne aktivnosti, Obrazovanje menadžera i preduzetnika, Osnovne funkcije menadžmenta i liderstva, Preduzetnički proces , Izbor biznisa i izrada studija izvodljivosti, Parametri za utvrđivanje uspešnosti biznisa, Izrada biznis plana –Case study, Vlasnički oblici firmi, Neke od mogućih alternativa u kreiranju biznisa –franšizing i joint venture, Poslovna etika, Različiti načini upravljanja biznisom i različite vrste firmi, Preduzetnička organizaciona kultura , karaktersitike uspešnih preduzeća u „novoj ekonomiji“ i glavni uzroci propadanja biznisa.

## **MK375 Poslovno pravo:**

Poslovno pravo je skup pravnih normi, institucija i principa kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata. U tim poslovnim odnosima pojavljuju se raznolike stvari, činjenice, stanja, radnje, prava i obaveze i aktivnosti kojima se poslovanje realizuje. To je, pre svega, organizovanje, proizvodnja, distribucija, finansiranje, potom konkurencija, cene, monopoli, zaposlenost, zastupanje, socijalna sigurnost, zaštita potrošača, pravni poslovi, aktivnosti kojima se one sprečavaju ili ugrožavaju, pa razni oblici kriminala i nedozvoljenih radnji i sl. Poslovno pravo predstavlja kompleksno pravo koje se može formirati, čak, kao sistem koji bi obuhvatao više pravnih disciplina od: trgovinskog, kompjuterskog, privrednog, obligacionog, transportnog, finansijskog, radnog pa do krivičnog, upravnog i druga prava čiji bi se delovi mogli povezati u jednu celinu - sistem Poslovnog prava.

## **MK270 Menadžment sportskih organizacija:**

Studenti se upoznaju sa organizacionom mrežom u sportu, formama sportskih organizacija, od lokalnog,- pa sve do globalnog nivoa, nacinima finansiranja, prihodima i rashodima. Sportske organizacije su organizatori sportskih događaja sto zahteva specificna znanja i vestine.

## **MK370 Menadžment sportskih događaja:**

Sportski događaji su mesta masovnog okupljanja. Zbog toga su potrebna specifična znanja vezana za kalendar takmičenja, tehnička pravila sportske grane, prikupljanje finansijskih sredstava, organizovanje transporta i ishrane učesnika, planiranje informacionog sistema, iskorišćenosti sportskog objekta itd.

## **MK425 Strateški menadžment**

Sticanje ključnih znanja o strateškom menadžmentu kao setu veština kojima se preduzeće osposobljava za ostvarenje svojih ciljeva u uslovima promenljivog, nestabilnog okruženja. Razvijanje sposobnosti ostvarivanja „evolutivne kompetencije“, to jest, razvijanje sposobnosti ostvarivanja ciljeva u promenljivim uslovima poslovanja.

## **MK310 Medjunarodno poslovanje:**

Širok domen Međunarodnog poslovanja obuhvata oblasti međunarodnih poslovnih finansija, ekonomike i organizacije poslovanja u spoljnoj trgovini, kao i međunarodnog marketinga. Ono treba da pruži sva osnovna teorijska, metodološka i praktična mikroekonomska znanja neophodna budućim menadžerima za uspešno uključivanje u međunarodno poslovanje bilo koje firme i razumevanje ukupnih tokova u njoj, pa ih osposobljava za obavljanje konkretnih poslova i rešavanje menadžerskih problema, naročito onih vezanih za odabrani smer. Stvara i solidnu osnovu za nastavak obrazovanja u istoj ili srodnoj oblasti ili za permanentno obrazovanje.

## **MK485 Menadžment specijalnih i medijskih događaja**

Industrija događaja i u eri digitalizacije ljudskih kontakata opstaje kao izuzetno značajan oblik poslovnih okupljanja i kanala za unapredjenje tržišta i odnosa sa stakeholderima. Predmet se bavi izučavanjem upravljanja događajima kao nauke i profesije, uz analizu tehnika i metoda donošenja poslovnih odluka u kompleksnim uslovima pripreme i organizacije medijskih i specijalnih događaja. Uključuje segmente projektnog menadžmenta, marketinga, komunikologije, medija i logistike. Detaljno se sagledava sadržaj, oblik i međusobna povezanost osnovnih faza procesa menadžmenta (planiranje, organizovanje, vođenje i kontrola). Izučava se precizno targetiranje ciljnih grupa, kombinuju znanja o brendu i komunikaciji, uz programiranje multiplatformskog odnosa s medijima. Studenti su u prilici da prave složene projektne matrice koje uključuju budžetiranje i logističke i tehničke aspekte organizacije, radi sticanja znanja i praktičnih veština u planiranju i produkciji događaja.

## **MK280 Biznis u sportu:**

Savremeni sport karakteriše komercijalizacija. U tom smislu, osim sportskog rezultata izuzetan značaj ima ekonomski efekat sportskog događaja. Studenti se upoznaju sa segmentima industrije sporta.

## **MG360 Profesionalni sport**

Profesionalni sport je najprivlačnija forma savremenog sporta verovatno iz razloga sto je obrt novca u njemu najveći. Studenti se upoznaju sa karakteristikama profesionalnog sporta, sportiste i sportske karijere i specifičnostima planiranja u njemu. Amaterski sport je uvod u profesionalni sport i predstavlja neophodnu osnovu, bazu za razvoj profesionalnog sporta.

## **MK240 Oglašavanje**

Predmet omogućava osposobljavanje studenata za upravljanje oglasno-komunikacijskim procesom. Ovaj proces može biti profitne i neprofitne prirode. Prvi je češći i odnosi se na predstavljanje poslovno – proizvodnog sistema i njegovih proizvoda i usluga ciljnom segmentu klijenata i/ili javnosti sa ciljem da ih informiše i uveri da zadovoljava njihove potrebe, ispunjava njihove želje i očekivanja i time utiče na odluke klijenata i/ili javnosti. Drugi se odnosi na promovisanje institucija, državnih organa, grupa, klubova, stranaka i bilo kojih organizacija koje nemaju za cilj svojih medijskih aktivnosti sticanje profita, već upoznavanje javnosti sa određenim idejama, programima, aktivnostima koje su od interesa za javnost. Težište je na tradicionalnom komunikacijskom obliku oglašavanja: svrha, izbor medija, definisanje poruka, merenje efekata, itd.), pri čemu se mediji analiziraju u širem smislu i upoređuju međusobno.

## **IS345 Upravljanje digitalnim sadržajima**

Kursom su obuhvaćene teme koje objašnjavaju kako digitalni alati i resursi omogućavaju nove metode analize tradicionalnih štampanih sadržaja i omogućavaju predstavljanje tog sadržaja u novim formatima. Po završetku kursa studenti će biti u stanju da izaberu, evaluiraju i implementiraju digitalne alate i resurse za podršku naprednih i tradicionalnih formi analize istorijskih sadržaja, javnih projekata ili nastavnih materijala kao i da predlažu projekte za upravljanje digitalnim sadržajem sa detaljnim planom upravljanja, dizajna i evaluacije.

## **MG340 Menadžment bezbednosti u sportu**

Sve su veća ulaganja sportskih organizacija usmerena na bezbednost sportskog događaja. Najbolji primer za to su Olimpijske igre koje predstavljaju pravi bezbednosni izazov. Sukobi navijača, pretnje terorista, demonstracije, sve su to potencijalne opasnosti prisutne na sportskom događaju. Ovaj segment je posebno tretiran zakonskom regulativom.

## **MK230 Brend menadžment**

Predmet po svom sadržaju obuhvata problematiku specifičnog definisanja proizvoda u svesti potrošača ali se može definisati i kao posebna strategija kompanije na suptilno odabranom tržišnom segmentu ili segmentima. Tradicionalno se na marku proizvoda ili usluge gledalo kao na neki dodatak uz proizvod. Međutim, novije gledište je da je proizvod samo jedan element marke. Marka se posmatra kao obećanje skupa atributa datih na način da onaj ko kupi proizvod ili uslugu dobije satisfakciju. Marka je kombinacija seta atributa (kao što je proizvod), koristi potrošača (potrebe i želje koje zadovoljava) i vrednosti (šta potrošače povezuje sa proizvodom). Marka se stvara kada marketing dodaje vrednost proizvodu u procesu diferenciranja od drugih proizvoda sa sličnim atributima i koristima.

## **MK130 Principi prodaje**

Osnovni cilj predmeta je da se studenti upoznaju i da nauče principe prodaje, funkciju i značaj prodaje za svaku proizvodnu i uslužnu organizaciju, kao i metode edukovanja, organizovanja i praćenja prodavaca. Takođe, izučava se i ponašanje i pristup kupcima kroz verbalnu i neverbalnu komunikaciju, kao i strategije i veštine koje prodavac mora da poseduje.

---

# KONTAKT I LOKACIJA



*Javite nam se,  
rado ćemo odgovoriti na vaša pitanja:*

Univerzitet Metropolitan  
Tadeuša Koščuška 63  
11000 Beograd  
Tel: +381 (11) 203 08 85  
+381 (69) 203 08 85  
Faks: +381 (11) 203 06 28  
email: [info@metropolitan.ac.rs](mailto:info@metropolitan.ac.rs)  
[www.metropolitan.ac.rs](http://www.metropolitan.ac.rs)

**Čekamo vas!**

---