

Master studije

# *Ekonomija*

Marketing i menadžment  
Poslovna ekonomija  
Poslovna i finansijska analitika  
Psihologija i biznis



# Dobro došli na FEFA fakultet!

Dobro došli na **FEFA fakultet**, **vodeći privatni fakultet** u regionu i prvi izbor za studije svih koji žele **da steknu primenljiva znanja** u oblasti poslovne ekonomije, novih tehnologija, marketinga i poslovne psihologije.

Od našeg osnivanja 2003. godine i prve akreditacije naših programa naša misija je: „**da naši studenti masteriraju sa znanjem najvišeg kvaliteta, praktičnim iskustvom i snažnom mrežom kontakata koje ih, sveukupno, čine da se pozicioniraju i izdvoje u poslovnom svetu.**“



## MASTER STUDIJE EKONOMIJE

Kompletan program master akademskih studija dizajniran je tako da pruži **ubedljivu prednost pojedincima** pri pozicioniranju na domaćem i inostranom tržištu rada i na taj način, istovremeno, značajno doprinese **stvaranju novih vrednosti** u kompanijama u kojima su zaposleni.

Oblasti koje izučavamo, organizacija i koncept izvođenja nastave, usklađeni su sa savremenim potrebama i konstantnim promenama poslovanja koje donose digitalne tehnologije i novi poslovni modeli.

# Ono što nas izdvaja od drugih jesu:

## ✓ Funkcionalna znanja

Usmerena ka tome što vam je potrebno za poslovni uspeh

## ✓ Praktičan rad

Fokus na praktičnom radu i rešavanju realnih poslovnih problema

## ✓ Student u centru pažnje

Male grupe koje podrazumevaju interakciju i posvećenost svakom studentu - usklađivanje sa ambicijama, prethodno stečenim znanjem i interesovanjima

## ✓ Multidisciplinarnost i izbornost

Širok dijapazon oblasti, niz izbornih predmeta, mogućnost slušanja predmeta sa master programa Digitalna transformacija

## ✓ Mentorstvo

Predavači osim akademskog poseduju dugogodišnje iskustvo na rukovodećim pozicijama u domaćim i međunarodnim kompanijama, institucijama i organizacijama. Njihov pristup odlikuje mentorski rad sa studentima



Master akademske studije:

# EKONOMIJA

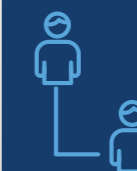
## CILJEVI PROGRAMA



Razvoj nove generacije lidera koji **razumeju i upravljaju novim poslovnim svetom** zasnovanom na inovacijama, personalizaciji ponude i pristupa potrošačima, digitalnim poslovnim modelima, učećoj organizaciji i podacima.



Podrška pojedincima da steknu **znanje kako stvoriti** novu vrednost za sebe i za kompaniju u novim okolnostima.



Razvoj **mreže uspešnih** alumnista koja će pružatu podršku u daljoj karijeri.

## ✓ ORGANIZACIJA PROGRAMA I KOME JE POSVEĆEN

Ovaj program namenjen je kako diplomiranim studentima koji imaju određen nivo kompetencija u ekonomiji, tako i **svima koji stečena znanja iz drugih oblasti žele da obogate savremenim kompetencijama iz ekonomije, finansija, primenjene psihologije, poslovne analitike, marketinga i menadžmenta**. Uslov za upis ovog programa jeste ostvarenih 240 ESPB na osnovnim studijama bez obzira na prethodno usmerenje.

Osim studentima koji žele da se tokom godinu dana fokusiraju isključivo na master studije, **način i vreme izvođenja nastave podjednako je prilagođen i zaposlenima**. S obzirom na to da su kompanijama potrebni ekonomisti koji će moći da unaprede i doprinesu uspešnom poslovanju, svi zaposleni studenti će nesmetano moći da, paralelno sa zaposlenjem, uspešno završe i studije. Istovremeno, **nudimo vam mogućnost** da, ukoliko ste iz bilo kog razloga sprečeni da posećujete prostorije FEFA fakulteta i/ili studirate na regularan način, **nastavu, po potrebi, pratite online putem** (uživo ili praćenjem snimljenog predavanja).

## ✓ NAČIN IZVOĐENJA NASTAVE

U skladu sa individualnim pristupom svakom studentu, program se izvodi kroz kombinaciju obaveznih i izbornih predmeta što omogućava veliku fleksibilnost. **Naši studenti imaju priliku da prilagode studijski program svojim interesovanjima i dodatno grade kompetencije u jednom od četiri studijska modula – marketing i menadžment, poslovna ekonomija, poslovna i finansijska analitika i psihologija i biznis**. Nakon završetka studija, osim diplome oni dobijaju i **dodatak diplome** koji predstavlja dodatni garant specijalizovanog znanja u odabranoj oblasti/na modulu. Dodatak diplome iz određenog modula se dobija na osnovu **prikupljenih minimum 20 ESPB** iz predmeta koji pripadaju odabranom modulu. Na taj način, studentima ostaje dovoljno prostora da slušaju predmete za koje su zainteresovani, a koji nisu nužno na odabranom modulu. **Napredak svakog studenta prate naši profesori**, koje odlikuje bogata naučna i poslovna karijera, od međunarodnih organizacija do rukovodećih pozicija u domaćim kompanijama i institucijama. Osim redovnih profesora, naši studenti imaju priliku da slušaju **gostujuća predavanja vodećih stručnjaka** iz poslovnog sveta u regionu, spremnih da prenesu svoja bogata poslovna iskustva. Studenti takođe mogu da učestvuju u dodatnim

**masterclass predavanjima** koja gostujući predavači iz **ICT Hub-a** održavaju na teme inovacionih ekosistema i investiranja u tehnološke kompanije. **Upisom master studija na FEFA fakultetu, bićete u prilici da razvijate svoju mrežu kontakata, budete deo stručnih skupova i seminara u našoj organizaciji** koji predstavljaju dodatnu priliku za uspostavljanje saradnji sa kompanijama i stručnjacima iz poslovnog sveta.

## ✓ PRILIKA ZA SVE MASTER STUDENTE EKONOMIJE

Još jedna od mogućnosti koje pružaju master studije ekonomije jeste **pohađanje dvojnog programa** (dual degree) **koji se izvodi zajedno sa prestižnom Gabelli poslovnom školom Univerziteta Fordam** (Fordham University Gabelli School of Business), rangiranom među prvih 20 postdiplomskih programa iz finansija u SAD. Na osnovu potpisanog sporazuma o saradnji, naši master studenti polažu jedan deo ispita na programu u Beogradu, a drugi deo tokom letnjeg semestra, kada borave u Njujorku.



# Dodatna usmerenja izborni moduli

## 1. MARKETING I MENADŽMENT

Modul pruža znanja i veštine u **ključnim oblastima modernog marketinga i menadžmenta**. Naslanjajući se na praktična iskustva naših partnera iz **I&F Grupe**, poslovnog lidera u ovoj oblasti koji posluje u 12 zemalja u Jugoistočnoj Evropi i Nordijskom regionu, program je namenjen svim studentima koji žele da razvijaju **svoja znanja i kreativnost** u pravcu analize ponašanja potrošača, dizajna i primene korporativnih komunikacionih strategija, marketing strategija i tehnika koje se koriste u modernom poslovanju. Istovremeno, kroz analizu i razumevanje savremenih upravljačkih i liderskih tehnika i koncepata, kako na nivou kompanije, tako i na nivou upravljanja ljudskim resursima, steći ćete ključne veštine za rukovođenje marketinškim i komunikacionim projektima. **Marketinški, PR i HR profesionalci** koji imaju ovakva znanja su **izuzetno traženi**, kako u **velikim kompanijama i marketinškim agencijama**, tako i u **data startup-ima**. Budite jedan od njih.

## 2. POSLOVNA EKONOMIJA

Modul pruža **široka znanja** i veštine u ključnim oblastima **savremenog poslovanja**. Namenjen je svima koji žele da nadgrade svoja poslovna znanja učeći o tome kako tehnološke promene utiču na izmene poslovnih modela u savremenim kompanijama, kako se može postići poreska optimizacija na

nivou kompanije, kako se donose optimalne investicione odluke na nivou kompanije i/ili portfolija finansijskih institucija, što, sve zajedno, unapređuje konkurentsku poziciju preduzeća. Na taj način, studenti stiču znanja ključna za poslovanje kompanija i finansijskih institucija u današnjem poslovnom svetu.

## 3. POSLOVNA I FINANSIJSKA ANALITIKA

Napredna analitika je jedan od ključnih elemenata savremenih digitalnih tehnologija koji ima izuzetan transformacijski potencijal za kompanije i finansijske institucije. Digitalizacija podataka i njihov eksponencijalni rast, kao posledica globalizacije finansijskih tržišta, razvoja Interneta stvari (IoT) i socijalnih mreža, uz interne podatke koje kompanije stvaraju u svom poslovanju, otvara mnogobrojne **profitne šanse**. Ovaj modul namenjen je svima koji žele da **ovladaju modernim tehnikama** koje se koriste za analizu i predviđanje poslovnih, ekonomskih i finansijskih podataka. Naglasak na modulu je na **razumevanju** tehnika i njihove primene, a manje na kvantitativno-teorijskoj osnovi. Sticanjem znanja **koje** tehnike su odgovarajuće za primenu u konkretnom primeru i kako ih primeniti za generisanje dodatnih prinosa i unapređenje poslovanja, postajete **data profesionalac sa izuzetnom poslovnom perspektivom**.

## 4. PSIHOLOGIJA I BIZNIS

Modul namenjen širokom spektru profesionalaca koji dolaze iz najrazličitijih oblasti. Zašto? Gotovo nijedno poslovno okruženje **ne funkcioniše bez ljudi**. Bilo da ste u HR-u, menadžmentu, ili pak marketingu, prodaju ili istraživanju i razvoju proizvoda, neminovno je da ćete raditi u kolektivu ili kreirati vrednost za potrošače. Suštinsko razumevanje individualnih razlika i ponašanja pojedinaca i grupe stoga predstavljaju jedno od bazičnih znanja neophodnih za uspešno napredovanje u kompanijama. Na ovom usmerenju ćemo izučavati **primenjenu psihologiju u biznisu** zajedno sa osnovama poslovanja i korporativnog upravljanja. Teme koje pokrivamo svode se na izgradnja i održavanje različitih mentalnih modela, tumačenje individualnih razlika, motivatora i pokretača, ponašanja u grupi, donošenje odluka, gradjenje kultura, ali i pronicanje u suštinsku razliku uspešnih i neuspešnih timova. Tokom godinu dana, proći ćete kroz niz predmeta koji sažimaju ključne modele iz psihologije, potrebne za upravljanje modernom organizacijom u četvrtoj industrijskoj revoluciji. Očekujte teme kao što su razumevanje teorije ličnosti, emocionalne inteligencije, ponašanje potrošača, design thinking, ali i korporativno učenje, poslovne inovacije i osnove primenjene nauke o podacima.



## Predmeti

**MASTER EKONOMIJA**

NAZIV PREDMETA	TIP PREDMETA	SEMESTAR	ESPB	MODUL
<b>Korporativno upravljanje</b>	<b>Obavezni</b>	<b>1.</b>	<b>10</b>	
Principi marketinga	Izborni	1.	6	MM
Digitalni marketing	Izborni	1.	6	MM
Menadžment ljudskih resursa	Izborni	1.	6	MM
Mikroekonomska konkurentnost	Izborni	1.	8	POE
Strategije poreske optimizacije	Izborni	1.	8	POE
Investiciono odlučivanje	Izborni	1.	6	POE
Big data i napredna poslovna analitika	Izborni	1.	6	PFA
Analiza ekonomskih indikatora	Izborni	1.	6	PFA
Primenjena nauka o podacima	Izborni	1.	6	PFA
Nauka o podacima u R	Izborni	1.	6	PFA
Organizaciono ponašanje 1 - Pojedinac u organizaciji	Izborni	1.	6	PB
Ponašanje potrošača	Izborni	1.	6	PB
<b>Poslovne inovacije</b>	<b>Obavezni</b>	<b>2.</b>	<b>6</b>	
Korporativne komunikacije i odnosi s javnošću	Izborni	2.	6	MM
Savremeni menadžment	Izborni	2.	6	MM, POE
Marketinška istraživanja i analitika	Izborni	2.	6	MM, PFA
Strategija brenda	Izborni	2.	6	MM
Strategija digitalne transformacije	Izborni	2.	4	POE
Primenjene finansije	Izborni	2.	4	POE, PFA
Analiza i predviđanje finansijskih podataka	Izborni	2.	6	PFA
Organizaciono ponašanje 2 - Timovi, organizacija i kultura	Izborni	2.	6	PB
Učeća organizacija: nastanak i evolucija agilnih organizacija	Izborni	2.	6	PB
Dizajn proizvoda i sistema: dizajn, biznis i inovacije	Izborni	2.	6	PB
<b>MASTERCLASS</b>				
Investiranje u tehnološke kompanije / Alternativni izvori finansiranja za kompanije				
Inovacioni ekosistem i saradnja tradicionalnih kompanija sa svim članovima tog ekosistema				
Uticaj liderstva u upravljanju promenama (Change Management-u) u cilju ostvarenja konkurentske prednosti				

## O predmetima

# Master ekonomija

## 1. KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

Kroz predmet studenti će bolje uvideti generalnu sliku korporativnog upravljanja, upoznać se sa internim (akcionari, odbor, menadžment, kontrolno okruženje) i eksternim (regulator, finansijska tržišta, revizori, potencijalni investitori) institucijama korporativnog upravljanja. Predmet nudi teorijske, ali i vrlo praktične elemente svih navedenih tema, a obuhvatiće i studije slučaja kako bi studenti mogli u potpunosti da prihvate ovaj nov i ključan koncept. Konačno, u fokusu će biti korporativno upravljanje i zaštita investitora u Srbiji, kao i posledice niskog kvaliteta korporativnog upravljanja u srpskim kompanijama koje se odražavaju na nedostatak eksternog kapitala i na vlasničku strukturu srpskih preduzeća. Posebno ćemo se osvrnuti na specifičnosti korporativnog upravljanja u porodičnim firmama i javnim preduzećima.

## 2. POSLOVNE INOVACIJE

Nastanak novih kompanija, osvajanje novih tržišta i/ili tržišnih niša, kao i povećanje organizacione efikasnosti se dešava kroz inovacije, transformaciju ili oba procesa istovremeno. Nove tehnologije, hiperkonkurencija i globalizacija doprineli su kreiranju novih tržišnih uslova koje su primorale kompanije da se distanciraju od uobičajenih biznis modela. U okviru ovog predmeta sagledaćemo šta su zapravo inovacije,

šta ih pokreće i u kom se obliku mogu pojaviti. Pored toga, diskutovaćemo o inovativnim poslovnim modelima, inovativnim strategijama, inovativnom liderstvu i preduzetništvu, kao i zašto neke inovacije doprinesu uspešnoj/neuspešnoj transformaciji poslovanja kompanija.

## 3. PRINCIPI MARKETINGA

Predmet Principi marketinga bavi se osvrtom na osnovne funkcije marketinga u kompanijama i odgovara na pitanja: šta potrošaču zaista treba, čemu služi marketing, ko se time u kompanijama bavi kao i šta je mera uspeha marketing aktivnosti. Detaljno se prolazi kroz sve korake marketing procesa počev od analize okruženja (jer marketing predstavlja čula kompanije odnosno način na koji kompanija spoznaje svoje okruženje i povezuje informacije u jedinstveni marketing informacijski sistem), razvoja marketing strategije (načina na koji kompanija bira gde i kako da se bori za rast), izbora adekvatnog marketing miksa (osobno alata za tržišnu borbu) i na kraju održanja dugoročnih odnosa sa svojim kupcima. Svaka tema je podržana brojnim primerima iz prakse predavača. Budući da je u osnovi marketinga ostati relevantan kupcu/potrošaču, predmet je neophodan za sve one koji planiraju da se bave poslovanjem na tržištima.

## 4. STRATEGIJA BRENDIA

Kroz predmet studenti stiču znanje o strateškoj ulozi koju marketing menadžment ima za razvoj poslovanja. Kurs omogućava studentima da analiziraju i ovladaju ključnim konceptima i okvirima za razvoj efektivne marketiške strategije kroz rad na brojnim primerima iz prakse i kroz interakciju sa domaćim i inostranim marketinškim liderima. Strateški brend menadžment, je jedna od ključnih marketinških funkcija. Na brendu se često zasniva vrednost kompanije a strateške i taktičke odluke o brendu podižu dugoročno vrednost kompanija. Studenti će razumeti šta podrazumeva proces brend menadžmenta, od kreiranja imidža elemenata brenda, analize brend indikatora, plana razvoja i vođenja brend portfolija sa fokusom na analizi brenda, pozicioniranju i strategiji revitalizacije brenda.

## 5. DIGITALNI MARKETING

Digitalni marketing podrazumeva korišćenje digitalnih tehnologija za olakšavanje i što bolje sprovođenje plasmana proizvoda i usluga na tržište. Obuhvata čitav niz različitih oblasti kojima će se baviti ovaj predmet, uključujući kreiranje digitalne marketing strategije, SEO optimizaciju, marketing sadržaja, e-mail marketing, mobilni marketing, marketing na društvenim mrežama, PPC marketing, optimizaciju konverzija, digitalnu analitiku, marketing automatizaciju itd. Ono što ovaj kurs čini posebno aktuelnim jeste da u savremenom digitalnom okruženju, čak i osobe koje se ne bave marketingom moraju da budu poznavaoi određenih oblasti digitalnog marketinga da bi uspešno obavljali posao.

## 6. MENADŽMENT LJUDSKIH RESURSA

Predmet menadžment ljudskih resursa ima za cilj da studenima predstavi vezu između strategije organizacije i strategije upravljanja ljudskim resursima, uzimajući u obzir socijalne, tehnološke, ekološke, političke, ekonomske i demografske trendove. Tokom programa studenti će se upoznati sa izazovima i dobrim praksama u kreiranju strategija za upravljanje ljudskim resursima, kao što su pronalazjenje, motivisanje i zadržavanje ključnih talenata; analizirati kompanije koje su primeri izvrsnih organizacionih kultura i razumeti koje su ključne liderske veštine potrebne. Ovaj program se zasniva na savremenim primerima iz prakse, kao i stranim gostujućim predavačima iz najprestižnijih multinacionalnih kompanija.

## 7. STRATEGIJE PORESKE OPTIMIZACIJE

Predmet Strategije poreske optimizacije ima za cilj sticanje znanja o poreskom sistemu i strategijama poreske optimizacije u nacionalnom i međunarodnom okviru, razumevanje uticaja poreske politike na izbor ovih strategija, kao i praktičnih uzroka i posledica njihove primene. Tehnike međunarodne poreske optimizacije predstavljene su kroz primere poslovne organizacije velikih multinacionalnih kompanija, kao i poreskih pravila koja ih omogućavaju, odnosno ograničavaju. Primeri poreske optimizacije u nacionalnim okvirima razmatraju se kroz analizu nacionalnih poreskih pravila. Posebna pažnja posvećena je i naporima poreskih vlasti u međunarodnim okvirima da ograniče prilike za poresku optimizaciju.

## 8. MIKROEKONOMSKA KONKURENTNOST

Kurs analizira determinante konkurentnosti i uspešnog razvoja posmatrano od dole na gore (bottom-up), odnosno iz mikroekonomske perspektive. Prezentovaćemo model Porterovog dijamanta i razvoj klastera u naprednim privredama, privredama u tranziciji i zemljama u razvoju. Studenti se osposobljavaju da analiziraju, upoređuju i predlažu rešenja za otklanjanje problema iz oblasti mikroekonomske konkurentnosti. Kurs je strukturiran kao kombinacija kratkih predavanja i ekstenzivnih diskusija o studijama slučajeva. Format nastave, koji je u celini preuzet sa istog kursa koji se održava na Harvard Business School zahteva od studenata da aktivno učestvuju u diskusiju na individualnoj bazi. Od studenata se očekuje da pripreme grupne projekte koji analiziraju konkurentnost i razvoj klastera za specifične grane i regione.

## 9. INVESTICIONO ODLUČIVANJE

Svrha predmeta je da omogući studentima sticanje osnovnih znanja o investiranju, odnosno o donošenju odluka o realizaciji investicionih projekata. U ovom predmetu je posebna pažnja posvećena oceni opravdanosti investiranja, pa će se detaljnije razmatrati pretpostavke za ocenjivanje opravdanosti, kao i različite metode koje se uobičajeno koriste kada se ocenjuje da li je investicioni projekat isplativ. Pored toga, razmatraće se i specifične odluke o investiranju koje se odnose na projekte od posebnog značaja za društvenu

zajednicu, kao i na odluke o ulaganju u nekretnine i o kupovini preduzeća. S obzirom da investiranje zavisi i od mogućnosti finansiranja investicionih projekata, posebno će se analizirati različite opcije finansiranja. U okviru pojedinih nastavnih jedinica ukazaće se na mogućnosti primene informacionih i komunikacionih tehnologija (ICT), kao što su softverska rešenja za ocenu investicionih projekata i upravljanje realizacijom projekata.

## 10. PRIMENJENA NAUKA O PODACIMA

Osnovni ciljevi kursa su da studenti razumeju zašto su „podaci nova nafta“ u biznis svetu i da izgrade stav o potrebi da budu „pametni korisnici“ podataka. Tokom kursa studenti bi trebalo da razviju osnovne veštine za prikupljanje, obradu, čuvanje heterogenih vrsta podataka, upravljanje podacima, kao i njihovo vrednovanje. Sekundarni cilj kursa je da studenti kroz praktične primere u savremenim programskim jezicima za analizu podatka (R i Python) osete realno okruženje za bavljenje naukom o podacima. Takođe, jedan od ciljeva jeste i podizanje svesti o ulozi i značaju formalnog predstavljanja znanja zbog dalje upotrebe u inteligentnim informacionim sistemima. Nakon uspešno završenog kursa studenti će biti u stanju da vrednuju kvalitet dostupnih podataka, primenjuju niz savremenih metoda i alata za obradu podataka, efektivno komuniciraju rezultate obrade podatka i pripremaju podatke neophodne za mašinsko učenje ili donošenja odluka.

## 11. NAUKA O PODACIMA U R

Predmet Nauka o podacima u R ima za cilj da studentima pruži tehničku osnovu za rad sa podacima u programskom jeziku R i pratećim aplikacijama i modulima koji se najčešće koriste, poput R Studio. Ovaj predmet nije namenjen razumevanju teorijskih osnova programskog jezika, niti razumevanju statističkih metoda koje se koriste prilikom rada sa velikim skupovima podataka; naprotiv, reč je o kursu namenjenom da studente osposobi osnovama programiranja i vizuelizacije podataka, kako bi komotno mogli da nakon uspešno završenog predmeta počnu sa primenom pomenutih alata za rad.

## 12. ORGANIZACIONO PONAŠANJE 1 - POJEDINAC U ORGANIZACIJI

Svaki menadžer preuzima ulogu upravljanja ljudima polazeći od sopstvenog skupa implicitnih uverenja o ljudskoj prirodi. Ova uverenja zasnovana su na ličnom iskustvu i iskustvu iz neposrednog okruženja, i zato su često manjkava i neusklađena sa realnošću. Ovaj kurs pomaže polaznicima da razumevanje ponašanja ljudi u organizaciji baziraju na temeljnim naučnim saznanjima. To će im omogućiti da sa više samopouzdanja preuzmu ulogu vođenja ljudi i u njoj budu uspešniji.

Kurs obrađuje sledeće teme: stavovi koji su od značaja za rad u organizaciji (zadovoljstvo poslom, posvećenost i zalaganje), emocije i emocionalna inteligencija, individualne razlike u

domenu ličnosti, vrednosti, percepcija i donošenje odluka, komunikacija i motivacija.

Sve ove teme obrađuju se na način koji u fokus stavlja njihovu primenu u organizacionom okruženju, u procesima kao što su procena rada zaposlenih, njihovo motivisanje i nagrađivanje, sprovođenje promena, rad sa klijentima, donošenje odluka o odabiru zaposlenih (bilo u smislu zapošljavanja ili raspoređivanja na projekte), razumevanje i upravljanje problematičnim ponašanjima, i slično.

## 13. ORGANIZACIONO PONAŠANJE 2 - TIMOVI, ORGANIZACIJA I KULTURA

Dok je široko rasprostranjeno uverenje da su grupe prost zbir pojedinaca, saznanja iz društvenih nauka jasno pokazuju da su ponašanja na nivou grupe kvalitativno drugačija od ponašanja pojedinca. Kada se doda još jedan nivo kompleksnosti, nivo organizacije koja se sastoji od većeg broja grupa, postaje jasno koliko je za upravljanje organizacionim ponašanjem važno da se razume interakcija između pojedinca i sistema. Ovaj kurs pruža temeljnu teorijsku osnovu koja omogućava da se konkretna situacija sagleda iz više uglova (tj. teorijskih modela) i onda donese dobra poslovna odluka. Na primer, dobro razumevanje konteksta i pretpostavki za nastanak različitih organizacionih struktura omogućavaju menadžerima da procene koliko je trenutna organizaciona postavka u skladu sa ciljevima koje imaju, kao i koju vrstu promene treba sprovesti. Teme koje se na ovom kursu obrađuju su sledeće: grupno ponašanje, kako



grupa postaje tim, liderstvo, moć i politika u okviru organizacije, konflikti u organizaciji, organizaciona struktura i dizajn, organizaciona klima i kultura - njena izgradnja i održavanje, upravljanje promenama u organizaciji.

## 14. UČEĆA ORGANIZACIJA: NASTANAK I EVOLUCIJA AGILNIH ORGANIZACIJA

Svrha predmeta je da omogući studentima sticanje osnovnih znanja o investiranju, odnosno o donošenju odluka o realizaciji investicionih projekata. U ovom predmetu je posebna pažnja posvećena oceni opravdanosti investiranja, pa će se detaljnije razmatrati pretpostavke za ocenjivanje opravdanosti, kao i različite metode koje se uobičajeno koriste kada se ocenjuje da li je investicioni projekat isplativ. Pored toga, razmatraće se i specifične odluke o investiranju koje se odnose na projekte od posebnog značaja za društvenu zajednicu, kao i na odluke o ulaganju u nekretnine i o kupovini preduzeća. S obzirom da investiranje zavisi i od mogućnosti finansiranja investicionih projekata, posebno će se analizirati različite opcije finansiranja. U okviru pojedinih nastavnih jedinica ukazaće se na mogućnosti primene informacionih i komunikacionih tehnologija (ICT), kao što su softverska rešenja za ocenu investicionih projekata i upravljanje realizacijom projekata.

## 15. PONAŠANJE POTROŠAČA

Predmet ima za cilj da upozna studente sa osnovama ponašanja potrošača i glavnim temama iz marketinške teorije i prakse u tom domenu. Glavni

cilj kursa je da studentima predoči aktuelne teme, modele, i pristupe koji se koriste za analizu ponašanja savremenih potrošača, kao i načine za njihovu praktičnu primenu u marketingu i menadžmentu. Po završenom kursu, studenti će steći znanja koja su potrebna za uspešnu analizu potrošača na globalnom tržištu, kako bi efikasno promovisali svoje ideje ciljnim grupama u marketinškoj praksi ili u akademskom istraživanju.

Kurs pokriva teme kao što su procesi koje potrošači koriste da bi doneli odluke, faze kroz koje prolaze, uticaj unutrašnjih i spoljašnjih faktora, ili kulture potrošača na njihovo ponašanje. Kurs je interdisciplinarni i koristi modele iz marketinga, ekonomije, psihologije, interkulturalne psihologije, sociologije, biheviornalne ekonomije i neuromarketinga.

Studenti će imati priliku da aktivno učestvuju u timskom radu da bi osmislili marketinšku kampanju za brend po svom izboru, gde će imati prilike da praktično primene znanja stečena tokom kursa kao i da steknu dodatna praktična znanja. Kroz dodatnu literaturu na engleskom jeziku, studenti će se upoznati sa terminologijom koja će im pomoći pri daljim studijama i radu.

## 16. DIZAJN PROIZVODA I SISTEMA: DIZAJN, BIZNIS I INOVACIJE

Dobar dizajn proizvoda, sistema i uređaja podrazumeva zadovoljnog korisnika, ali i smanjen rizik od nezgoda i povreda, kao i od troškova korekcije osnovnog dizajna. Kombinovanje znanja iz oblasti psihologije, dizajna,

projektnog menadžmenta i tehnologije ključne su za razumevanje zašto neke proizvode korisnici obožavaju, a druge preziru.

Ovaj kurs je koncipiran kao uvodni kurs sa širokim obuhvatom tema i pristupačnošću polaznicima različitih profila, bilo da su psiholozi koji žele da se upoznaju sa ovom oblašću, bilo da su inženjeri ili projektni menadžeri zaduženi za dizajn proizvoda, sistema i uređaja.

Teme koje će biti obrađene na ovom kursu variraju od teorijske osnove koja uključuje psihologiju percepcije, pažnje, memorije i kreativnosti do primenjenih elemenata identifikacije potreba korisnika, sistema dizajna, prototipizacije, istraživanja korisničkog iskustva i samog procesa razvoja proizvoda.

## 17. BIG DATA I NAPREDNA POSLOVNA ANALITIKA

Big data i napredna analitika je jedna od ključnih disruptivnih digitalnih tehnologija koje imaju izuzetan transformacijski potencijal za kompanije. Digitalizacija podataka i njihov eksponencijalni rast, pre svega kao posledica razvoja Interneta stvari - IoT i socijalnih mreža, uz interne podatke koje kompanije stvaraju u svom poslovanju, predstavljaju ključan kompanijski aset. Primenom naprednih analitičkih alata, ovi podaci se mogu staviti u funkciju donošenja poslovnih odluka na svim nivoima odlučivanja, kao i biti osnov razvoja novih poslovnih modela, personalizovanog /superiornog korisničkog iskustva. Ovaj predmet ima za cilj da studente upozna sa osnovnim karakter-

istikama Big data i mogućim primenama u poslovanju, kao i konceptima analize podataka i osnovnih analitičkih modela.

## 18. ANALIZA EKONOMSKIH INDIKATORA

Kurs omogućava detaljno razumevanje ekonomskih podataka i osnovnih ekonomskih indikatora koji se koriste za potrebe poslovanja kompanija i procene ekonomske pozicije i prisutnih trendova. Na kursu će se analizirati osnovni izvori ovih tipova podataka, kao i tehnike koje se primenjuju u njihovoj analizi. Po završetku kursa, studenti će imati detaljno znanje o načinu na koji se izračunavaju mnogobrojni makro i mikroekonomski indikatori koji se koriste u praksi i biće dobro osposobljeni za tumačenje uočenih promena u njima. Kurs je interaktivnog sadržaja sa naglaskom na praktičnoj primeni stečenih znanja.

## 19. KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE I ODNOSI S JAVNOŠĆU

Cilj predmeta je sticanje teorijskih i praktičnih znanja iz oblasti komunikacija kako bi studenti primarno savladali prevođenje identiteta korporacije u imidž pomoću internih i eksternih komunikacija, postavke brenda, veština javnog nastupa u medijima i u odnosima sa različitim ciljnim grupama. Kroz rad će posebno biti akcentovana postavka korporativne komunikacione strategije što između ostalog podrazumeva upotrebu različitih komunikacionih taktika i alata, kao i pažljivo prikupljanje, bavljenje i plasiranje informacija. Cilj je da

nakon završenog kursa, student stekne komunikacione veštine, neophodne kako u radu u korporacijama, tako i u svakom kolektivu – preduzeću, organizaciji, agenciji i dr. kao i u okviru bilo kog sektora.

## 20. SAVREMENI MENADŽMENT

Predmet će analizirati ključne elemente modernog poslovanja i izazove za savremene rukovodioce u različitim poslovnim oblastima, I to iz perspektiva: neophodnih veština i znanja, upravljačkih modela i inovacija, procesa donošenja ključnih odluka, upravljačkih tehnika, koncepata i digitalnih alata kao značajnog menadžerskog resursa u današnjem poslovanju. Celokupan kurs je interaktivan i primarno zasnovan na metodi slučaja (case method) i diskusiji na predviđenim časovima. se upoznati sa terminologijom koja će im pomoći pri daljim studijama i radu.

## 21. MARKETINŠKA ISTRAŽIVANJA I ANALITIKA

Predmet Marketinška istraživanja i analitika se bavi načinom na koji kompanije prikupljaju i koriste informacije koje dolaze iz okruženja i od potrošača. U eri četvrte industrijske revolucije koja je bazirana na boljoj upotrebi podataka, veoma je važno razumeti koje informacije (podaci) treba da se prikupljaju u kompanijama, kako i gde da se skladište, kako pravilno prikupiti podatke, obraditi ih i iskoristiti ih za donošenje poslovnih odluka (bilo da se radi o tome da odluke donosi čovek ili algoritmi – u tom slučaju se radi o automatizaciji u marketingu). Detaljno se analizira

marketing metrika, stara i nova, kao i mogućnost marketara da, uz pomoć novih alata, budu samostalni marketing istraživači i analitičari. Svaka tema je podržana brojnim primerima iz prakse predavača. Predmet je namenjen svima koji žele da nauče kako da ostanu ili postanu relevantni potrošaču pomoću bolje upotrebe podataka.

## 22. STRATEGIJA DIGITALNE TRANSFORMACIJE

Ovaj predmet ima za cilj da studente upozna sa novim tehnologijama, koje su osnov četvrte industrijske revolucije, koja će promeniti način na koji radimo, živimo, komuniciramo. Automatizacija proizvodnje, kreiranjem sajber-fizičkih sistema uz primenu veštačke inteligencije, dovešće do razvoja autonomnih fabrika. Ove tehnologije su osnov novih digitalnih strategija. Mi ćemo se fokusirati na sledeće: kreiranje i razvoj novog korisničkog iskustva - *Customer experience*, koji treba da odgovori na nove potrebe i navike koje klijenti imaju u digitalnom vremenu; povećanje operativne efikasnosti, baziranom na dez-integraciji vertikalnog lanca vrednosti; kreiranje novog digitalnog poslovnog modela, sa fokusom na *Platform model*. Primenom '*Disrupt response*' planera, sagledaćemo takođe disruptivni potencijal digitalnih konkurenata i izabrali odgovarajuću strategiju. Efikasno sprovođenje strategije, zahteva organizacione i upravljačke promene u kompaniji, tako da će se studenti upoznati i sa novim *governance* modelima.

## 23. PRIMENJENE FINANSIJE

Kurs obučava studente za praktičnu primenu znanja na finansijskom tržištu. Na primerima sa tržišta akcija i obveznica, analiziraju se osnovni principi portfolio analize i procene performansi aktivnog portfolio menadžmenta. Pored toga, daje se prikaz procesa trgovanja na berzanskim tržištima, kao i uvod u mehanizme i strategije trgovanja osnovnim finansijskim derivatima. U praktičnom delu kursa studenti primenjuju stečena znanja na primeru pravljenja sopstvenog portfolija hartija od vrednosti.

## 24. ANALIZA I PREDVIĐANJE FINANSIJSKIH PODATAKA

Kurs daje pregled osnovnih statističkih tehnika koji se koriste za analizu i predviđanje finansijskih podataka. Na kursu će studenti razumeti osnovna svojstva finansijskih vremenskih serija, analizirati pojedinačne modele vremenskih serija koji objašnjavaju i predviđaju prinose na finansijskim tržištima, produbiti ove modele kroz pojedinačnu i vektorsku regresionu analizu i, konačno, ovladati i osnovnim empirijskim modelima volatlnosti. Kurs se zasniva na dva osnovna principa – 1) razumevanje koje statističke tehnike su odgovarajuće za primenu u konkretnom primeru; 2) kako ih primeniti da bi dobili informacije koje su nam potrebne za poslovanje i/ili istraživanja. Značajan deo kursa stoga predstavlja praktičan rad sa podacima u softveru R. Naoružani ovim znanjem, studenti će po oslušanom kursu biti spremni za samostalan rad na data intenzivnim projektima u finansijskoj i drugim industrijama, kao i za dalji naučni rad.



## MASTERCLASS

### ✓ INVESTIRANJE U TEHNOLOŠKE KOMPANIJE /ALTERNATIVNI IZVORI FINANSIRANJA ZA KOMPANIJE

Sastavni deo ekonomskih aktivnosti jeste plasman kapitala na tržište i ulaganje u perspektivne kompanije. Većina investiranja i ulaganje povezuje sa bankama ili tradicionalnim hedge fondovima. Međutim, postoji jedan potpuno drugačiji svet ulaganja nastao u okviru sveta startapa – Venture Capital i Private Equity fondovi.

U pitanju su fondovi visokorizičnog kapitala koji u najvećoj meri ulažu u tehnološke startape i ostvaruju veće dobiti od tradicionalnih fondova. Kroz ovo predavanje, studentima želimo da: približimo svet startapa i investitora, pojam alternativnih izvora finansiranja kompanija i značaj investitora za eksponencijalni rast kompanija.

### ✓ INOVACIONI EKOSISTEM I SARADNJA TRADICIONALNIH KOMPANIJA SA SVIM ČLANOVIMA TOG EKOSISTEMA

Tradicionalne kompanije sve više usvajaju i primenjuju preduzetničke metode u svom poslovanju, pa se samim tim javlja potreba da zaposleni u kompanijama pristupaju svom poslu i projektima na „preduzetnički način“. Kroz predavanje, želimo

da: približimo pojam startup kulture, ukazemo na potencijale tehnoloških startapa i konkurentnost u odnosu na tradicionalne kompanije i pokažemo kako najuspešnije kompanije današnjice inoviraju inspirisane startapima.

### ✓ UTICAJ LIDERSTVA U UPRAVLJANJU PROMENAMA (CHANGE MANAGEMENT-U) U CILJU OSTVARENJA KONKURENTSKE PREDNOSTI

U današnjem poslovnom okruženju jako je važno da razumemo neophodnost prepoznavanja trenutka uvođenja promena, njihovog iniciranja i sprovođenja u organizaciji. Naročito je važan značaj lidera koji promene treba da podrži i iznese vodeći kompaniju na taj način ka boljem, savre-

menijem poslovanju. Kroz predavanje, studenti će steći uvid u značaj liderstva u procesu uvođenja promena, u analize rizika i uvođenja konstantnih i kontinuiranih promena. Takođe, proći ćemo kroz faze implementacije promena kao i kroz opasnosti koje prete u svakoj od njih.

## FEFA Profesori



**Prof. dr Goran Pitić**

*Prethodne i tekuće pozicije: predsednik UO Societe Generale banke, predsednik Udruženja Banaka Srbije, ministar za ekonomske odnose sa inostranstvom u Vladi Republike Srbije, član UO više finansijskih institucija i kompanija.*



**Prof. dr Nebojša Savić**

*Prethodne i tekuće pozicije: predsednik Saveta Guvernera NBS, predsednik Saveza ekonomista Jugoslavije, član UO više banaka u Srbiji.*



**Prof. dr Ana Trbović**

*Prethodne i tekuće pozicije: suosnivačica Energy Web Foundation i Grid Singularity startup-a, članica UO Evropskog instituta za inovacije i tehnologiju, konsultantkinja Svetske banke.*



**Prof. dr Milan Nedejković**

*Prethodne i tekuće pozicije: savetnik Svetske Banke u Vašingtonu, savetnik Guvernera NBS i vodeći ekonomista, suosnivač i izvršni partner startup-a iz oblasti AI.*



**Prof. dr Milica Bisić**

*Prethodne i tekuće pozicije: direktorka korporativnih poslova u Filip Moris Beograd, zamenica ministra finansija u Vladi Republike Srbije, direktorka Poreske uprave.*



**Prof. dr Dušan Vujović**

*Prethodne i tekuće pozicije: ministar finansija u Vladi Republike Srbije, vodeći ekonomista Svetske Banke u Vašingtonu, direktor Kancelarije Svetske Banke u Ukrajini.*



**Prof. dr Katarina Đulić**

*Prethodne i tekuće pozicije: koosnivačica Evropske istraživačke akademije Beograda i Centra za visoke ekonomske studije, savetnica: KPMG, IFC, EBRD, član UO više institucija.*



**Prof. dr Goran Radosavljević**

*Prethodne i tekuće pozicije: generalni sekretar Nacionalnog naftnog komiteta Srbije, državni sekretar u Ministarstvu finansija i savetnik u Fiskalnom savetu, savetnik NIS Gasprom Neft.*



**Prof. dr Vladimir Poznanić**

*Prethodne i tekuće pozicije: partner u Deloitte Central Europe, savetnik u Komori ovlašćenih revizora, član UO više finansijskih institucija.*



**Klod Kolaro**

*Prethodne i tekuće pozicije: direktor Endava SEE, senior direktor Oracle Srbija, Bugarska, Crna Gora, potpredsednik Comtrade System Integration*



**Prof. dr Miloš Erić**

*Prethodne i tekuće pozicije: izvršni direktor Grupe za razvojne politike, konsultant Svetske banke, GIZ-a i brojnih preduzeća u privatnom sektoru.*



**Doc. dr Katarina Stanić**

*Prethodne i tekuće pozicije: Suosnivačica Centra za socijalnu politiku, konsultantkinja USAID i UNDP-a.*



**Doc. dr Milana Malešev**

*Prethodne i tekuće pozicije: eksterni član tima PwC Akademije, konsultant na projektima iz različitih oblasti HR-a, deo istraživačkog tima European Mentoring and Coaching Council-a (EMCC-a) i sertifikovani coach organizacije Centre for Coaching iz Londona.*



**Prof. dr Slađana Starčević**

*Prethodne i tekuće pozicije: osnivačica modne kuće, savetnica brojnih marketinških kuća (Profile SEE, Publicis, Ogilvy, Communis) i brendova, članica Srpskog udruženja za marketing.*



**Doc. dr Tanja Kuzman**

*Prethodne i tekuće pozicije: izvršna menadžerka za inovacije u PwC, konsultantkinja IFC, koordinatorka Nacionalnog saveta za konkurentnost.*



**Doc. dr Srđan Verbić**

*Prethodne i tekuće pozicije: Ministar obrazovanja i tehnološkog razvoja u Vladi Republike Srbije, direktor Istraživačke stanice Petnica.*



**Marijana Molnar**

*Prethodne i tekuće pozicije: Suosnivač i izvršni direktor Data Do, direktor GfK grupa*



**Natalija Živanović**

*Prethodne i tekuće pozicije: novinarka informativne redakcije Prve TV, PR menadžerka filmskih i tv projekata, marketing menadžerka FEFA fakulteta, deo Multiplikatorskog programa Deutsche Welle Akademije.*

# Gostujući predavači iz prakse

**Srđan Šaper**  
I&F Grupa

**Branislav Vujović**  
New Frontier Group

**Dragoljub Damljanović**  
Schneider Electric

**Katarina Kostić**  
I&F Grupa

**Olivera Perković**  
I&F Grupa

**Olga Svoboda**  
TACK & TMI

**Bojan Lalić**  
Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

**Svetlana Kecojević**  
Levi 9

**Ivan Bjelajac**  
MVP workshop

**Ivan Glišin**  
CPU

**Dejan Cvetković**  
Microsoft

**Marko Marjanović**  
Microsoft

**Miša Pavlović**  
Erste Group

**Milan Novaković**  
Microsoft

**Miloš Lončar**  
Microsoft

**Mirko Presser**  
Universitet Aarhus

**Sebastien Ziegler**  
IoT Forum, Mandat International

**Milan Simić**  
Enetel Solution

**Petar Jovanović**  
Raiffeisen bank

**Aleksandar Smiljković**  
Raiffeisen bank

**Natali Delić**  
Telekom Srbija

**Milan Kovač**  
WVP Fund Management

**Miloš Matić**  
ICT Hub

**Kosta Andrić**  
ICT Hub

**Mirko Bunčić**  
Extreme Intimo

**Ivana Beveridge**  
Business Consultant & University Lecturer

**Ivica Vrančić**  
VERANTIUS

**Miro Smolović**  
StudySmart

**Ana Jeličić**  
DesignThinkers Academy Adriatic



# FEFA alumnisti o master studijama

“

Ono što me je dodatno podstaklo da upišem master studije na FEFA fakultetu jeste sam koncept na kojem počinju, a koji daje priliku za upoznavanje i rad sa kolegama koji imaju vrlo različita predznanja, a ista interesovanja, što verujem da može otvoriti mnoge mogućnosti. Nakon odslušanih svih predavanja, stečeno znanje na masteru mi je jako značajno jer mi je dalo još širu sliku, a istovremeno još specifičnija znanja i veštine koje imam priliku da odmah, u svom radnom okruženju, primenim.

”

Jelena Skoko

“

FEFA mi je omogućila da slušam predavanja i sa drugog smera iako nisam formalno upisana, tako da sam još više proširila svoja znanja i pridodala neka nova, komplementarna. Takođe, upoznala sam kolege iz sfere biznisa – radili smo zajedničke projekte i zadatke na nekim predmetima zbog čega sam razmenjivala iskustva i mišljenja, ali i uvidela koliko nas je još na osnovnim studijama, FEFA pripremila za buduće tržište rada.

”

Aleksandra Lazevski

“

Ukoliko nisam uspevao da pogledam neko predavanje zbog poslovnih obaveza, uvek su tu bili snimci. Ipak, u 95 % slučajeva sam uspevao jer je bilo jako zanimljivo, a kada je zanimljivo onda je čovek motivisan i da ranije krene i ranije završi posao. Izdvojio bih široko obrazovanje koje sam dobio iz oblasti marketinga i menadžmenta, a koje sam odmah primenio na sadašnji posao.

”

Damjan Marković

“

Prilikom upisa, hteo sam da dam imenitelj svom dvanaestogodišnjem radnom iskustvu u oblasti tehnologija i digitalne ekonomije. Osim toga, želeo sam da dobijem i jednu vrstu dodatne, formalne, potvrde za oblast u kojoj sam nekada bio pionir. Ono što bih izdvojio jeste susretanje sa stvarima koje nisam imao prilike da primenim u praksi, ali sam na indirektnan način sa njim u kontaktu – finansijsko upravljanje projektima i Internet of things su primeri toga.

”

Mihailo Ponjavić

“

S obzirom na to da sam zaposlena, bilo mi je bitno da mogu da uskladim studije sa poslom i da posao ne trpi. Prilikom odabira predmeta, značilo mi je to što sam pred sobom imala širok spektar različitih oblasti, tako da sam zmogla da prilagodim studije svojim interesovanjima i kreiram ih tako da budu usklađene sa onime što želim da postignem u svojoj karijernoj budućnosti.

”

Milica Jelikić



## ZAŠTO STUDIJE NA FEFA FAKULTETU?

U vremenu kada se okolnosti, način života i poslovanja svakodnevno menjaju, ulaganje u znanje postalo je više nego ikada neizostavna i jedna od retko sigurnih investicija. U skladu sa tim, master programi na FEFA dizajnirani su na način koji će vas dovesti u poziciju u kojoj svaka promena primarno podrazumeva novu šansu.

Sticanje obrazovanja usklađenog sa savremenim potrebama tržišta rada, fleksibilnost programa, razvoj individualnosti, specifičnih kompetenci i interesovanja, multidisciplinarnost kao i širenje mreže kontakata, predstavljaju stubove na kojima se zasnivaju studije FEFA fakulteta. Kroz celokupan obrazovni proces, sprovodiće vas profesori ekspertskeg znanja i istaknutih dugogodišnjih karijera koji će uz mentorski pristup aktivno pratiti pojedinačni rad i napredak svakog studenta.



## UPIS NOVE GENERACIJE JE U TOKU.

*Zakažite individualne konsultacije sa našim profesorima i lično se informišite o svim beneficijama koje pružaju studije FEFA fakulteta.*

Osim ekonomije, master studije FEFA fakulteta podrazumevaju i program Digitalna transformacija. Studenti ekonomije, mogu pratiti i predavanja sa drugog smera.

# O master studijama DIGITALNA TRANSFORMACIJA:

Master studije digitalne transformacije, **prve akreditovane studije** ovog usmerenja u **regionu**, dizajnirane su tako da pruže ubedljivu prednost pojedincima pri pozicioniranju na domaćem i inostranom tržištu rada i na taj način, istovremeno, značajno doprinese stvaranju novih vrednosti u kompanijama u kojima su zaposleni.

Program je namenjen svima koji žele da steknu relevantna znanja iz novih tehnologija, sa akcentom na njihovoj poslovnoj primeni i šansama koje stvaraju na nivou pojedinca i na nivou kompanije.

Organizovan po istom principu kao master studije ekonomije, program se izvodi kroz kombinaciju obaveznih i izbornih predmeta, uz učešće velikog broja gostujućih predavača iz vodećih kompanija u oblasti informatičkog poslovanja.

Bulevar Zorana Đinđića 44,  
Novi Beograd  
info@fefa.edu.rs  
studentskaslužba@fefa.edu.rs  
+381 69 4777 605  
www.fefa.edu.rs

