

Master program: Međunarodno poslovanje

(Za studente upisane u studijski program do uključujući studijsku godinu 2021./2022.)

OBAVEZNI PREDMETI

Međunarodna poslovna ekonomija

Međunarodno poslovanje se odnosi na širok spektar poslovnih djelatnosti, koje se izvode izvan granica matične države. Zbog sve brže globalizacije međunarodno je poslovanje postalo zanimljiva tema, koja je privukla pažnju vodećih radnika, državnih službenika i akademika.

Međunarodno poslovanje zahtjeva drugačije vođenje od domaćeg poslovanja. Na međunarodnom nivou globalizacija svjetskog gospodarstva i razlike među državama za međunarodna poduzeća predstavljaju tako prilike kao i izazove. Menadžeri moraju u donošenju međunarodnih strateških odluka i u vođenju međunarodnog poslovanja uzimati u obzir globalizirano poslovno okruženje. Sveobuhvatna logika predmeta je intuitivna – organizirana je oko odgovora što, gdje, zašto te kako je povezano s međunarodnim poslovanjem. Stečeno znanje se tijekom trajanja predmeta koristi u različitim studijama primjera.

Poslovna prognostika i strategija održivog razvoja

Ovaj uzbudljiv predmet predstavlja nove aspekte, te nudi cjelovit uvid u svijet poslovanja i poduzetništva. Predmet o prognostici ne nalazimo često u programu međunarodnog poslovanja. Ali ipak, poslovni voditelji i poduzetnici moraju u današnjem svijetu, koji se mijenja velikom brzinom, svoje organizacije usmjeriti u pravi smjer. U ovom će predmetu studenti naučiti i razumjeti svrhu i izazove prognosticiranja i predviđanja.

Predmet/modul počinje uvidom u razvoj teorije vođenja, što studentima pomaže razumjeti trendove i cikluse, te ih nato raširiti glede na poslovne cikluse te životne cikluse poduzeća i proizvoda. Upravo tako preko strategije i rasti posegne u poslovno planiranje i prognostiku. Studenti uče i rade analitičkim metodama kao i metodama intuitivne prognostike i predviđanja. Studenti imaju mogućnost svoje znanje koristiti u studijama primjera, a upravo tako može se razviti iznimna rasprava sa studijskim kolegama. To su i glavni aspekti predmeta. Predmet se zaključi povezivanjem poslovne prognostike s održivim razvojem, što kod studenata razvije produbljeno razumijevanje strategije održivog razvoja.

Upravljanje informacijskim tehnologijama u poduzećima

U ovom predmetu studenti imaju mogućnost upoznati se s informacijskim tehnologijama (IT) iz aspekta organizacije. Po pravilu IT znamo koristiti u svakodnevnom radu, ali je manje poznato kako upravljati sa svim aspektima sistema IT u organizaciji. Tako ovaj predmet nudi drugačiji i sistematičniji pogled na upravljanje IT s ciljem uspješnog poslovanja. Kada ovo znanje koriste za rješavanje izazova na radnome mjestu, studenti dobivaju nove konstruktivne zamisli za poboljšanje uporabe IT u svojim organizacijama. Dobiju produbljeno razumijevanje toga kako

upravljati informacijskom tehnologijom u organizaciji, od kupovine do garantiranja sigurnosti IT iz aspekta sistema. Upravo tako nauče i kako učinkovito koristiti informacijske, komunikacijske i internetske tehnologije za upravljanje poslovnim obavještanjem i znanjima. Studenti prolaze kroz sve važne faze razvoja i održivosti IT u organizaciji, gdje mogu odmah koristiti svoje znanje u svojoj svakodnevnoj okolini ili u organizaciji.

Inovativni poslovni procesi, odnosi i modeli

Predmet se usredotočuje na razvoj i upravljanje inovacijama s cjelokupnog aspekta. Inovacije su kompleksan pojam, koji udružuje brojne važne aspekte poslovanja, te tako linearno mišljenje i individualni pristup nisu dovoljni. Potrebno je i sudjelovanje i sistematični pristup. Predmet temelji na preduvjetu da su inovacije i inovativnost glavni čimbenici konkurentnosti. Započne s makroekonomskim pogledom na inovacije doma i na globalnom tržištu, s prepoznavanjem indeksa i pokazivača, te istraživanjem podržavajućih okolina za inovacije, s odjelima za istraživanje i razvoj, te drugima.

Predmet uključuje studij tehnoloških i uslužnih inovacija, te se nastavlja s organizacijskim pogledom na inovacije i učenjem o tehnikama i metodama upravljanja inovacijama. Predmet/modul se zaključi s dubljim proučavanjem i razumijevanjem trženja potencijalne inovacije (istraživanje tržišta, tržišna strategija, segmentacija tržišta, potencijal tržišta, vrijednost za kupca, ...). Tijekom cjelokupnog predmeta studente potičemo da svoje novo znanje koriste u studijima primjera, te da razvijaju zajednički projekt, koji će predstavljati potencijalnu inovaciju.

Kreativno upravljanje ljudskim resursima za postizanje konkurentske prednosti

Ljudi predstavljaju konkurentsku prednost i važan izvor organizacije, ali je upravljanje njima velik izazov, jer naime ne postoji jedinstveni način. Pred studente je postavljen izazov da na svoje radno mjesto pogledaju s aspekta vođenja i organizacije. Predmet Kreativno upravljanje ljudskim resursima upozorava na važnost strateškog i sistemskog pristupa upravljanju ljudskim resursima, od pridobivanja i zapošljavanja, materijalnih naknada, radnih odnosa, upravljanja uspjehom, učenjem i razvojem, te osiguravanjem kvalitete radnog života.

Studenti imaju mogućnost dodatno istražiti planiranje radnog prostora, godišnji razgovor i ocjenjivanje radne uspjehom, važnost upravljanja ljudskim resursima u međunarodnom kontekstu, problema s diskriminacijom, politike upravljanja ljudskim resursima i druge povezane tematike. Sa zajedničkim projektom studenti pripremaju konstruktivna rješenja za stvarne izazove upravljanja ljudskim resursima, te vježbaju pripremu i provedbu učinkovite prezentacije.

Metode poslovnog istraživanja

Ovaj predmet izaziva predrasude o tome kako je istraživanje dosadno i zahtjevno. Otkriva nove aspekte i mogućnosti istraživanja, koji vode ka važnim poslovnim čimbenicima u uspješnom donošenju odluka. Studenti izvještavaju da su zbog ovog predmeta postali samosvjesniji na sastancima ili kod prezentiranja poboljšanja upravi. Predmet o metodama poslovnog istraživanja predstavlja važan dio studijskog programa, naime studentima omogućava cjelovit uvid u istraživanje, te im pomaže razumjeti zahtjeve istraživanja u svrhu studija, te za njihov magistarski rad.

Cilj ovog predmeta je predstaviti glavne filozofije i pristupe ka poslovnom istraživanju, te koristiti glavne kvantitativne/kvalitativne metode i tehnike, te time postaviti jasne istraživačke pokazatelje i standarde. Studenti imaju priliku pripremiti prijedlog zajedničkog istraživačkog

projekta, te tako naučiti kako pripremiti slične prijedloge istraživanja, vrjednovati istraživačke članke i pretražiti baze podataka u svijetu, kako bi našli odgovarajuće znanstvene i stručne članke, koji su im potrebni za studij. Predmet pomiče granicu horizonta u svijet istraživanja i proučavanja.

IZBORNI PREDMETI

Organizacijska dinamika za uspješnost poduzeća i kreativno upravljanje promjenama

Organizacija i njena dinamika su neki od važnijih čimbenika, koji određuju uspješnost poduzeća. Uključuju organizacijske modele kao i uvid u vođenje, motivaciju, organizacijsku klimu, timski rad, itd. Suvremeni trendovi, u sve većoj mjeri, prepoznaju važnost dobre organizacijske klime.

U predmetu ćete pokušati npr. naći odgovore na to što poduzeće može promijeniti na organizacijskom području, kako bi postalo još inovativnije, uspješnije; gdje se nalaze slabe točke organizacije; kako na organizaciju utječu vođenje, motivacija, komunikacija, kultura, itd.? Kako kultura ometa inovacijski proces; potiču li inovacije vođenje? Kakvu ulogu ima etika u organizaciji?

Društveno odgovorno poduzetništvo i poslovna etika

Društvena odgovornost poduzeća (DOP) jest trčanje na duge staze. Poduzeće mora znati koristiti brojne alate DOP-a, u skladu s njima planirati i izvještavati o svojem radu, to predstavljati različitim javnostima te pri tome uključivati brojne dionike. Nažalost, u svijetu još uvijek postoje brojni slučajevi loših praksi. S obzirom na to da istih ima previše, odlučili smo se od loših primjera nešto naučiti, a govorit ćemo prije svega o primjerima dobre prakse te na taj način i jačati pozitivan odnos prema poduzetništvu i razvoju društva, a pri tome prvenstveno od njih učiti kako biti društveno odgovorni i održivo orijentirani.

Od 2017. godine velike tvrtke u EU obvezane su izvještavati o nefinancijskim aspektima poslovanja. To znači da, pored ekonomskih aspekata poslovanja, moraju izvještavati i o društvenim aspektima i aspektima okoliša. Koliko dugo to čine, što sve moraju pri tome znati te kako DOP integrirati u sve procese, proizvode i usluge poduzeća, otkrivat ćemo na predmetu.

Komuniciranje s utjecajnim javnostima i lobiranje

S terminologijom zastupanja interesa, lobiranja i tehnikama pregovaranja često se susrećemo. Ove izraze često čujemo ili čak koristimo. Ali ipak, razumijemo li uistinu što oni znače? Koja je svrha lobiranja? Što je poslovno lobiranje? Koja je razlika između lobiranja i komuniciranja s utjecajnim javnostima? Koje je značenje tih pregovora za organizaciju te kako su oni povezani s komuniciranjem i lobiranjem?

Češće nego smo toga svjesni, u različitim smo se okolnostima prisiljeni angažirati u ulozi lobista, odnosno u pregovorima zastupati svoju organizaciju. Onaj tko ne zna dobro komunicirati, neće znati poslovnim partnerima ili tijelima vlasti uspješno predstaviti proizvod, uslugu ili projekte svoje organizacije, dobiti kupce ili investitore te steći primjereniji položaj u vlastitom radnom okruženju. Najmanje što svakome treba za svoju obranu jest poznavanje tehnika, strategija i taktika lobiranja i pregovaranja, koje će drugi dionici često primjenjivati prilikom komuniciranja s njima. Važno je poznavanje i kriterija etičnosti i legitimnosti njihovog postupanja da bismo se mogli dovoljno brzo odlučiti kako postupati prilikom takvih izazova.

Međunarodni marketing

Globalizacijom i internacionalizacijom poduzeća i marketing je razvio međunarodne aspekte svojega djelovanja. Zanima li vas kako proučiti različita okruženja za ulazak na strano tržište, kako provesti međunarodno tržišno istraživanje, kako segmentirati, kako diferencirati, koji su najučinkovitiji načini i oblici ulaska na strana tržišta? Kako djeluje marketinški splet, kako strateško upravljati robnom markom na međunarodnom tržištu? Te u konačnici kako digitalnu revoluciju (digitalni marketing) iskoristiti za bolje trženje - međunarodno i globalno? Odgovore na ova pitanja istraživat ćete i otkrivati na predmetu Međunarodni marketing.

Ekonomska politika u medijima

Predmet Ekonomska politika u medijima proizlazi sa stajališta da je u današnjem okruženju, kada imamo neograničen pristup informacijama, najvažnija obrada tih informacija. Sve vrste poduzeća jednostavno moraju razumjeti što će medijske novosti o odnosu vlade značiti za njihovo poslovanje. Predmet se temelji na slučajevima iz medija te pruža bolje razumijevanje stvarnih i budućih mjera ekonomske politike.

Studenti će razlikovati između instrumenata ekonomske politike. Informacije u medijima će znati prenijeti u odgovarajuće koncepte makroekonomske i ekonomske politike, što će morati dokazati u svojem seminarskom radu.

IZBORNI MODUL: POSLOVANJE U MEĐUNARODNOJ I MULTIKULTURNOJ SREDINI

Međunarodne poslovne financije

Susrećete li se često s izrazima bilanca plaćanja, devizni tečaj, paritetni uvjeti, financijske investicije, zaduživanje, sastav BDP-a, kako osigurati rizik, kako se određuju mjenjački tečajevi, itd.? Financije, a posebno poslovne financije, te u tom okviru posebno međunarodne, već prema definiciji zahtijevaju veliku mjeru inovativnosti. Konačno se tako svaki dan rađaju financijske inovacije, koje prije svega različite financijske institucije nude tako drugim financijskim institucijama kao i drugim institucijama, državi te naravno prije svega svojim različitim (pravnim i fizičkim) strankama. I korisnici financijskih instrumenata moraju biti inovativni kako bi znali pravilno koristiti mogućnosti, koje im (međunarodna) financijska tržišta nude. I sam predmet je zamišljen na takav način da potiče »financijsku« inovativnost, naravno u pozitivnom smislu. Upravo tako je i svaka fizička i pravna osoba na jedan ili drugi način posredno i/ili neposredno uključena u međunarodne financije – ponekad toga čak nije ni svjesna. Sjetite se samo afera švicarski franak u regiji JI Europe.

Aspekt međunarodnosti je u ovom predmetu ispunjen »automatski«, jer naime govorimo o međunarodnim poslovnim financijama, u koje je uključen neposredno i/ili posredno svaki pojedinac, poduzeće, institucija, država preko konkretnog korištenja različitih financijskih instrumenata i/ili pak preko utjecaja, kojega međunarodne financije imaju na sve i svakoga.

Međunarodno gospodarsko pravo

Biste li željeli prepoznati koju normu, odnosno norme treba primijeniti za konkretan pravni odnos s međunarodnim elementom, to jest odnos između subjekata, u pravilu gospodarskih, koji prema određenim mjerilima ne pripadaju istoj zemlji? Kako bismo to pravo mogli primijeniti u praksi, moramo prije svega poznavati njegovu sustavnost da se možemo snaći u

masi propisa koje donose najrazličitije institucije, pa i autonomno oblikuju gospodarski subjekti unutar granica pojedinih zemalja, a naravno i izvan njihovih okvira.

Svrha predmeta je da studenti steknu znanje iz područja međunarodnog gospodarskog prava te to znanje primijene u praksi, a da istodobno usvoje i osnovne moralne principe djelovanja međunarodnog prava, odnosno prava općenito i u skladu s njima djeluju u praksi.

Kineski sa značajkama azijske poslovne kulture

Prilikom sklapanja poslova u međunarodnom okruženju vrlo je važno poznavanje strane kulture i običaja. Na predmetu nas zanima prije svega što je važno prilikom sklapanja poslova s azijskim zemljama, koje su posebnosti na koje moramo biti pozorni za uspješnost dogovora i ugovora. Značajna prednost prilikom dogovaranja o suradnji s azijskim zemljama zasigurno je i poznavanje osnovnih fraza i izraza na njihovom jeziku. Kina je najveća među azijskim zemljama; učimo osnove kineskog jezika, većinom razgovornog jezika, a nekoliko osnovnih riječi i značenja upoznajemo i na kineskom pismu. Svrha predmeta je prvenstveno upoznavanje kulture i osnova jezika za lakše sklapanje poslova, stoga predznanje kineskog jezika nije potrebno.

Ruski sa karakteristikama slavenske poslovne kulture

Prilikom sklapanja poslova u međunarodnom okruženju vrlo je važno poznavanje strane kulture i običaja. Na predmetu nas zanima prije svega što je važno prilikom sklapanja poslova sa slavenskim zemljama, koje su one posebnosti na koje moramo biti pozorni za uspješnost dogovora i ugovora. Značajna prednost prilikom dogovaranja o suradnji sa slavenskim zemljama jest zasigurno i poznavanje osnovnih fraza i izraza na njihovom jeziku. Rusija je najveća slavenska zemlja; dok učimo osnove ruskog jezika dobro upoznajemo kulturu i značajke Rusije. Naglasak je većinom na izgovaranju riječi, a istodobno upoznajemo i abecedu na ćirilici te također učimo čitati i pisati osnovne riječi i rečenice na ćirilici. Svrha predmeta je prvenstveno upoznavanje kulture i osnova jezika za lakše sklapanje poslova, stoga predznanje ruskog jezika nije potrebno.

IZBORNI MODUL: KONKURENTNOST KROZ KREATIVNOST I INOVATIVNO POSLOVANJE

Pozitivna psihologija za suvremeno poslovanje

Pozitivna psihologija sve više dobiva na važnosti u suvremenom poslovanju. Pozitivna psihologija je uzbudljiva i inspirirajuća mlada grana psihologije. Ona gradi ono što je u pojedincu pozitivno – njegova moć i izvori. Cilj pozitivne psihologije jest poboljšati subjektivno blagostanje (sreću) i funkcioniranje pojedinaca, organizacija i zajednica te omogućiti da bi isti bili uspješni.

Na predmetu ćete imati priliku upoznati trendove u pozitivnoj psihologiji, upoznati i primijeniti pomnost, pozitivnu psihologiju primijeniti u radnom okruženju, prepoznati svoje snage karaktera te naučeno provjeriti u timskom radu.

Intelektualno vlasništvo

Pri razvoju inovacija, pa i općenito u poslovanju, važno je poznavanje intelektualnog vlasništva. Kako možemo zaštititi novost da bismo ostvarili ekskluzivno pravo uporabe za određeno razdoblje? Kako možemo zaštititi patent, kako robnu marku, kako uslugu? Kako treba postupati s autorskim i moralnim pravima? Kako je s aktualnim računalnim programima? U

kojim se slučajevima isplati zaštititi novost kao patent, a u kojima radije zaštititi novost kao tajnu poduzeća?

Sve ove odgovore ćete otkrivati na predmetu Intelektualno vlasništvo, gdje ćete na primjerima dobrih praksi poduzeća u zemlji i u svijetu moći pripremati rješenja za svoja radna okruženja.

Kreativno upravljanje tehnološkim inovacijama

Danas se tehnološke inovacije smatraju pokretačima razvoja nekog gospodarstva. Ali kako ih razviti, što poduzeću/organizaciji omogućuje stvaranje novosti? Kako iz invencije razviti inovaciju? Što je važno pri zaštiti novosti i kakve su strategije trženja neke novosti ili plasiranja na novo tržište?

Na ova i slična pitanja odgovarat ćete na predmetu Kreativno upravljanje tehnološkim inovacijama. Pri tome ćete i upoznavati dobre prakse priznatih poduzeća u zemlji i u svijetu te na aplikativnom projektu pokušati razviti svoju ideju u tehnološku inovaciju.

Kreativno upravljanje inovacijama u uslužnoj djelatnosti

Inovacije u uslužnoj djelatnosti također su važne poput tehnoloških, naime sve tehnološke inovacije sadrže i usluge (primjerice istraživanja, trženje, održavanje ...) te s razvojem i njihova poboljšanja. Tehnološke i uslužne inovacije se dakle prepliću. Na ovom predmetu tražimo odgovore prije svega na pitanja kako se inovacije odvijaju u najreprezentativnijim uslužnim granama, primjerice u trgovini, turizmu, komunalijama, IT-programiranju, telekomunikacijama, obrazovanju itd. Uočavamo razlike između grana i između zemalja. Zanima nas koji su trendovi, kako stvaraju novosti, kako se u tim granama odvija invencijsko-inovacijski proces, kako u takvim granama vode/upravljavaju inovacijama, gdje su uska grla te s njima i mogućnost za poboljšanja. Studenti imaju priliku da uz upoznavanje teorije i dobre prakse prouče inoviranje svoje organizacije te predlažu poboljšanja.

Magistarski rad

Studenti zaključujete magistarski studij sa zaključnim radom, u kojem istražujete aktualni problem iz odabranog područja ili interdisciplinarno. Zanima vas prije svega što je bilo o aktualnom problemu već istraženo, dakle protekla istraživanja, što kaže teorija, što možete pokazati vlastitim istraživanjem promatrane pojave, te kakve su konstatacije i vaši prijedlozi za poboljšanje, odnosno rješenja aktualnog problema. Kroz proces pokazujete poznavanje istraživačkih pristupa i metoda poslovnog istraživanja.