Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

IZVEDBENI PLAN STUDIJA
za akademsku godinu 2026./2027.

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ
KREATIVNI MENADŽMENT U PROCESIMA

Pula, rujan 2026.

Uvjeti studiranja na Istarskom veleučilištu-Università Istriana di scienze applicate određeni su Pravilnikom o studiranju i temelje se na odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, Zakona o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju, Statuta Veleučilišta, odlukama Vijeća Veleučilišta i Upravnog vijeća Veleučilišta, odredbama Bolonjske deklaracije te standardima i smjernicama za osiguravanje kvalitete na europskom prostoru visokog obrazovanja.

Izvedbeni plan studija izrađen je sukladno članku 71. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (Narodne novine broj 119/2022) i članku 45. Statuta Istarskog veleučilišta-Università Istriana di scienze applicate.

Izvedbenim planom studija utvrđuju se sljedeći podaci:

1. popis obveznih i izbornih kolegija s naznačenim nastavnicima i suradnicima
2. oblici nastave
3. jezik izvođenja nastave
4. mjesta izvođenja nastave
5. početak i završetak te satnica izvođenja nastave
6. način polaganja ispita i ostvarivanja studijskih obveza
7. ispitni rokovi
8. popis ispitne literature
9. ostale važne obavijesti o izvođenju nastave

Akademska godina 2026./2027. započinje 01.10.2026., a završava 30.09.2027.

Nastava se realizira kroz 30 tjedana, a sve informacije vezane uz nastavu objavljene su na mrežnim stranicama Istarskog veleučilišta - Università Istriana di scienze applicate https://www.iv.hr/nastava/.

Syllabusi kolegija prema studijskom programu nalaze se na mrežnim stranicama Istarskog veleučilišta - Università Istriana di scienze applicate https://www.iv.hr/studiji/.

Oblici nastave:

Nastava se izvodi za redovite i izvanredne studente prema upisanom studijskom programu i to kroz oblike: **P** – predavanja / **V** – vježbe / **S**- seminar

Izvođenje nastave:

Jezik izvođenja nastave na Veleučilištu je hrvatski jezik.

Nastava se izvodi u prostorima Istarskog veleučilišta - Università Istriana di scienze applicate na adresi Riva 4, Pula.

Nastava na izvanrednom studiju je prilagođena studentima na način da je obavezna u opsegu do 50% nastavnog opterećenja za redovite studente te se može izvoditi i u konzultativnom obliku.

Status kolegija:

Na studijskom programu studenti upisuju obvezne kolegije **O** i imaju mogućnost odabira izbornih kolegija **I.**

AKADEMSKI KALENDAR ZA 2026./2027. GODINU

Nastava se u akademskoj 2026./2027. godini odvija u dva semestra. Svaki semestar traje 15 tjedana.

Početak nastave u zimskom semestru: 01.10.2026.
Nastava u zimskom semestru od 01.10.2026. do 23.12.2026. - prvi dio (12 tjedana)
od 11.01.2027. do 29.1.2027. - drugi dio (3 tjedna)

Završetak nastave u zimskom semestru: 29.1.2027.

Početak nastave u ljetnom semestru: 01.03.2027.

Nastava u ljetnom semestru: od 01.03.2027. do 11.06.2027. (15 tjedana)

Završetak nastave u ljetnom semestru: 11.06.2027.

Raspored nastave dostupan je putem poveznice: https://www.iv.hr/nastava/

Redoviti ispitni rokovi:
Zimski ispitni rok: od 01.02.2027. do 26.02.2027.
Ljetni ispitni rok: od 14.06.2027. do 13.07.2027.
Jesenski ispitni rok: od 25.08.2027. do 22.09.2027.
Termini ispitnih rokova dostupni su preko sustava Merlin 2026/2027..

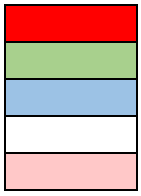
Praznici za studente

Božićni i novogodišnji praznici za studente: od 24.12.2027. do 08.01.2027.

Ljetni praznici za studente: od 26.07.2027. do 20.08.2027.

Praznici i blagdani

01.11.2026.	Dan Svih svetih
18.11.2026.	Dan sjećanja na žrtve Domovinskog rata i Dan sjećanja na žrtvu Vukovara i Škabrnje
25.12.2026.	Božić
26.12.2026.	Sveti Stjepan
01.01.2027.	Nova Godina
06.01.2027.	Sveta tri kralja
28.03.2027.	Uskrs
29.03.2027.	Uskrsni ponedjeljak
01.05.2027.	Praznik rada
15.05.2027.	Dan Veleučilišta (radni dan)
30.05.2027.	Dan državnosti
27.05.2027.	Tijelovo
22.06.2027.	Dan antifašističke borbe
05.08.2027.	Dan pobjede i domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja
15.08.2027.	Velika Gospa



Dan Veleučilišta
Neposredna nastava
Ispitni rokovi
Godišnji odmori – neradni dani – dani bez nastave
Radni dani prema potrebi Veleučilišta

LISTOPAD 2026.

P	U	S	Č	P	S	N
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

STUDENI 2026.

P	U	S	Č	P	S	N
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

PROSINAC 2026.

P	U	S	Č	P	S	N
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SIJEČANJ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

VELJAČA 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

OŽUJAK 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

TRAVANJ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

SVIBANJ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

LIPANJ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

SRPANJ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

KOLOVOZ 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

RUJAN 2027.

P	U	S	Č	P	S	N
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Popis kolegija s nastavnim oblicima i opterećenjem za stručni diplomski studij KREATIVNI MENADŽMENT U PROCESIMA

	NAZIV KOLEGIJA	Tjedno opterećenje			ECTS	Status	NASTAVNIK
		P	V	S			
1. semestar	Kreativni menadžment	3	0	1	8	O	Vladimir Filipović
	Marketing menadžment	3	2	0	8	O	Boris Marjanović
	Osnove metodologije znanstveno istraživačkog rada	3	0	1	6	O	Dijana Drandić
	Analiza poslovanja poduzeća	1	3	0	4	O	Andrea Vareško
	Poslovno komuniciranje na engleskom jeziku 1	1	0	2	4	O	Viktor Vojnić
2. semestar	Projektni menadžment	3	2	0	8	O	Andrea Vareško
	Poslovno komuniciranje	2	1	0	4	O	Dino Krivičić
	Komunikacijske vještine	2	0	1	4	O	Mario Bogdanović
	Brendiranje proizvoda i usluga	2	2	0	4	O	Boris Marjanović
	Menadžment kvalitete usluga	2	0	1	4	O	Albert Mendica
	Računalne vještine	1	0	2	4	O	Dino Krivičić
	Uvod u ponašanje potrošača	1	0	1	2	O	Marko Paliaga
3. semestar	Procesni menadžment	3	2	0	8	O	Mario Bogdanović
	Financijski menadžment	3	2	0	8	O	Daglas Koraca
	Marketinška komunikacija	2	0	2	6	O	Boris Marjanović
	Poslovno komuniciranje na engleskom jeziku 2	1	3	0	4	O	Viktor Vojnić
	Poduzetništvo	2	2	0	4	O	Edo Cetina
4. semestar	Društveno odgovorno poslovanje	2	0	1	4	O	Daglas Koraca
	Interkulturalni aspekti menadžmenta	2	0	1	4	O	Dijana Drandić
	Stručna praksa		120*		10	O	Dino Krivičić
	Diplomski rad				12		

* Fond sati vježbi za Stručnu praksu odnosi se na punu semestralnu kvotu koju student odrađuje.

Nastavnici i suradnici koji će izvoditi nastavu na stručnom diplomskom studiju Kreativni menadžment u procesima u ak. godini 2026./2027.:

ZAPOSLENICI VELEUČILIŠTA	
izv. prof. dr. sc. Dijana Drandić, profesor stručnog studija u trajnom izboru	ddrandic@iv.hr
dr. sc. Mario Bogdanović, profesor stručnog studija u trajnom izboru	mbogdanov@iv.hr
dr. sc. Boris Marjanović, profesor stručnog studija	bmarjanovic@iv.hr
dr. sc. Daglas Koraca, profesor stručnog studija	dkoraca@iv.hr
mr. sc. Andrea Vareško, viši predavač	avaresko@iv.hr
mr. sc. Edo Cetina, viši predavač	ecetina@iv.hr
Dino Krivičić, predavač	dkrivicic@iv.hr
Viktor Vojnić, predavač	vvojnic@iv.hr

VANJSKI SURADNICI VELEUČILIŠTA	
nasl. izv. prof. dr. sc. Marko Paliaga	marko@rovinj.hr
mr. sc. Albert Mendica, predavač	amendica@iv.hr
Vladimir Filipović, predavač	vfilipovi@iv.hr
David Košara, predavač	dkosara@iv.hr

Popis programa sa satnicom, nastavnim oblicima, načinom polaganja ispita i popisom literature na stručnom diplomskom studiju Kreativni menadžment u procesima

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv kolegija	**Kreativni menadžment**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status kolegija	Obvezani	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS	8
	Broj sati (P+V+S)	45+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1 Ciljevi kolegija

Nakon položenog kolegija studenti su osposobljeni primjenjivati metode generiranja ideja i tehnike poticanja kreativnosti, koje za cilj imaju stvaranje novih rješenja i poticanje kulture inovacija u poduzeću. Također su sposobni rješavati složene poslovne probleme koji zahtijevaju rad multidisciplinarnih timova.

1.2 Uvjeti za upis

Nema

1.3 Ishodi učenja

1. Kreirati, preporučiti sastaviti inovativna rješenja poslovnih problema i problema u zajednici,
2. Generirati ideje primjenom načina razmišljanja „izvan kutije“,
3. Grafički prikazati inovativno rješenje problema primjenom procesnog pristupa i procesnih grafičkih simbola,
4. Optimizirati poslovne sustave i procese primjenom metoda kreativnog mišljenja,
5. Oblikovati i prezentirati svoja inovativna rješenja.

1.4 Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij. Uvod i definicija: što su ideje, zašto su ideje bitne za stvaranje vrijednosti, kako "dobiti" ideje i kako ih stvarati na integrirajući način
2. Poticanje i generiranje korisne ideje. Definirati, razumjeti, vizualizirati cjelinu procesa.
3. Razumjeti funkcioniranje i prepoznati temeljne faze procesa u kojima kupci/klijenti trebaju proizvod ili uslugu.
4. Pronicanje u unutarnju logiku funkcioniranja procesa (eng. „insight“) i shvaćanja suštine poslovnog cilja. Kreiranje tehnološko-komunikacijske veze kupca i proizvoda ili usluge.
5. Menadžment ideja i primjena njegovih načela i stvaranje rješenja
6. Procesi i tehnike kreativnoga mišljenja: imitacija, personifikacija, nedovršene priče, metafore, procedure, smiješna pitanja, izlet mašte, Brainstorming, Brainwriting, Delfi-metoda, sinektika.Prezentacije timskih projektnih zadataka
7. Generiranje ideja i pretvaranje u rješenja.
8. Razvoj ideja i njihova primjena u poboljšavanju i optimiziranju procesa
9. Studije slučaja (CaseStudies). Definicija kreativne ideje iz prakse i razrada rješenja.

1.5 Vrste izvođenja nastave	**x**predavanja **x**seminari i radionice vježbe **x**obrazovanje na daljinu terenska nastava	**x**samostalni zadaci **x**multimedija i mreža laboratorij **x**mentorski rad **x**diskusije

1.6. Komentari

1.7 Obveze studenata

- Izraditi individualni zadatak
- izraditi, te prezentirati timski projektni zadatak.

1.8 Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Individualni rad	Timski rad	Prag	Max
I1	3%	15%		9%	18%
I2	4%	13%		8%	17%
I3	4%	15%		10%	19%
I4	4%		18%	11%	22%
I5	4%		20%	12%	24%
Udio u ECTS	1,5	3,5	3		
Ukupno	19%	43%	38%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Individualni rad	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	8%	20%	14%	28%
I2	8%	20%	14%	28%
I3	11%	10%	11%	21%
I4		13%	6%	13%
I5	10%		5%	10%
Udio u ECTS	3	5		
Ukupno	37%	63%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.
Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.
Preduvjet pristupa ispitu je prihvaćena i vrednovana prezentacija individualnog rada.
Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita

Raspon bodova	**Brojčana ocjena**
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9 **Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)**

1. Srića, V.: „Sve tajne kreativnosti“, Algoritam, Zagreb, 2017.

1.10. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Srića, V. (2003).Kako postati pun ideja: Menadžeri i kreativnost. Zagreb: M.E.P. Consult
2. James M. Higgins (2016). 101 Creative Problem Solving Techniques: The Handbook of New Ideas for Business. San Francisco: New Management Publishing Company

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenta
Srića, V. (2017). Sve tajne kreativnosti. Zagreb: Algoritam.	5	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Marketing menadžment**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje koncepta marketinga, kreiranje marketinških rješenja te upravljanje marketinškim aktivnostima u poslovanju organizacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati i argumentirati temeljne pojmove iz marketinga i elemente procesa marketinga
2. Analizirati i vrednovati značaj potrošača, tražene vrijednosti, konkurentnost te upravljanje odnosom s potrošačima.
3. Argumentirati logičku poveznicu između elemenata procesa marketinga od identifikacije tržišta do postavljanja strategije.
4. Sintetizirati sve elemente procesa marketinga i kreirati rješenje u obliku strateškog marketinškog plana.
5. Vrednovati mogućnost primjene marketinškog plana u praksi

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvodno predavanje. Uvod u marketing.
2. Marketinško upravljanje. Marketinško usmjerenje i usmjerenje prema potrošaču.
3. Vrijednosti – temelj marketinške razmjene, značaj vrijednosti za potrošača, kvantifikacija vrijednosti.
4. Tržište i tržišne potrebe. Tržišna konkurentnost.
5. Ponašanje potrošača. Upravljanje odnosom s potrošačima.
6. Strateško planiranje. Marketinška revizija. Segmentacija tržišta.
7. Životni ciklus i pozicioniranje proizvoda. Portfolio analiza. SWOT analiza.
8. Marketinški ciljevi, Ansoff-ova matrica.
9. Marketinška strategija. Marketing miks – 4P i 7P.
10. Buđetiranje. Marketinški plan - realizacija.

Primjena marketinškog plana u praksi – razrada i diskusija.
Obrana timskog projektnog zadatka.
Vježbe prate teme iz predavanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☒ ostalo: Timski projektni zadatak

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

- izrada i prezentacija kritičkog osvrta,
- izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka,

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Koncept marketinga/ prezentacija	Prag	Max
I1	-	10%	-	5%	10%
I2	20%	-	-	10%	20%
I3	-	20%	-	10%	20%
I4	-	40%	-	15%	30%
I5	-	-	20%	10%	20%
Udio u ECTS	2	4	2		
Ukupno	20%	60%	20%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Pismeni ispit	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	20%	10%	20%
I3	20%	10%	20%
I4	30%	15%	30%
I5	20%	10%	20%
Udio u ECTS	8		
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.
Preduvjet pristupa ispitu je izrada i prezentacija kritičkog osvrta i timskog projektnog zadatka.
Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Marjanović, B.: „Marketing“, materijali s predavanja - elektronički oblik
2. McDonald, M.: „Marketinški planovi – kako ih pripremiti, kako ih koristiti“, Masmedia, Zagreb 2004. godina (odabrana poglavlja);
3. Marjanović, B.: „Zbirka zadataka iz marketinga“, Istarsko veleučilište – Università Istriana di scienze applicate, Pula, 2021.
4. Kotler, P.; Keller K.L., Martinović, M.: „Upravljanje marketingom, 14. izdanje“, Mate d.o.o., Zagreb 2014. godina (odabrana poglavlja);

1.10. Dopunska literatura

1. Marušić, M.: „Plan marketinga“, Adeco, Zagreb, 2006. godine;
2. Martinović, M.: Marketing u Hrvatskoj – 55 poslovnih slučajeva, Mate d.o.o., Zagreb 2012. godina.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
McDonald, M.: „Marketinški planovi – kako ih pripremiti, kako ih koristiti“, Masmedia, Zagreb 2004. godina	1	5
Kotler, P.; Keller K.L., Martinović, M.: „Upravljanje marketingom, 14. izdanje“, Mate d.o.o., Zagreb 2014. godina	1	5

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Analiza poslovanja poduzeća**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+45+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne elemente analize boniteta trgovačkih društava, te osposobiti studente za izračunavanje osnovnih financijskih pokazatelja, kao i za jednostavnu procjenu kreditne sposobnosti trgovačkih društava koristeći se pritom dobivenim financijskim pokazateljima poslovanja

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi osnovne značajke financijskih izvještaja trgovačkih društava;
2. Utvrditi osnovne financijske pokazatelje koji se koriste u procjeni boniteta;
3. Raščlaniti i razlikovati osnovne korake pri izračunu financijskih pokazatelja i pratiti njihove trendove kretanja;
4. Utvrditi i usporediti instrumente financijske analize u procjeni boniteta;
5. Vrednovati i argumentirati financijske pokazatelje pri izračunu kreditne sposobnosti

1.4. Sadržaj predmeta

1. Financijska analiza i osnove kreditiranja;
2. Osnovni pojmovi;
3. Financijska izvješća trgovačkih društava, bilanca i račun dobiti i gubitka;
4. Klasifikacija trgovačkih društava po veličini;
5. Horizontalna i vertikalna analiza;
6. Temeljni financijski pokazatelji u utvrđivanju kreditne sposobnosti;
7. Pokazatelji likvidnosti i obrtni kapital;
8. Pokazatelji zaduženosti;
9. Pokazatelji otplate dugova;
10. Pokazatelji profitabilnosti;
11. Izračun i analiza financijskih pokazatelja poslovanja

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja ☐ seminari i radionice x☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu	x☐ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Aktivno sudjelovanje u vježbama
- Samostalno izračunati i analizirati financijske pokazatelje na primjeru iz prakse

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Vježba 1	Vježba 2	Izračun i analiza pokazatelja na primjeru iz prakse	Prag	Max
I1	3%	7%			5%	10%
I2	3%	7%			5%	10%
I3	3%		7%		5%	10%
I4	5%		9%		7%	14%
I5				56%	23%	56%
Udio u ECTS	0,6	0,6	0,7	2,1		4
Ukupno	14%	14%	16%	56%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Izračun i analiza pokazatelja na primjeru iz prakse	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		10%	5%	10%
I2		10%	5%	10%
I3		10%	5%	10%
I4		14%	7%	14%
I5	56%		23%	56%
Udio u ECTS	2,1	1,9		4
Ukupno	56%	44%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

- Materijali sa e-učenja
- Leko V. (1996): Procjena boniteta trgovačkog društva, Masmedia, Zagreb

1.10. Dopunska literatura

- Žager K., Žager L. (1999)- Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
- Leko V. (1996): Procjena boniteta trgovačkog društva, Masmedia, Zagreb	3	15

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Poslovno komuniciranje na engleskom jeziku 1**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+0+30

6. OPIS PREDMETA

1.13. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je obratiti pozornost na najvažnije dijelove engleske gramatike koji će pomoći studentima kako u usmenoj i pisanoj komunikaciji unutar struke, tako i u formalnoj i neformalnoj komunikaciji s potencijalnim partnerima i kolegama. Standardni poslovni engleski jezik jako se razlikuje od svakodnevnog, općeg jezika, ne samo u terminologiji, te obuhvaća puno šire područje koje ovaj kolegij želi približiti studentima poput: poslovnog bontona, poslovnog dopisivanja, usvajanja vještine slušanja i razumijevanja usmene komunikacije u poslovnom kontekstu. Razvijanje sposobnosti kritičkog razmišljanja na engleskom jeziku također je od velike važnosti budući da ovom vještinom treba (o)vladati i na materinjem jeziku.

Kolegij obuhvaća stručnu terminologiju, prijevode, pisanje molbe za zaposlenje, osnove poslovnog dopisivanja, pisanje životopisa i drugih relevantnih dokumenata. Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje standardnog poslovnog jezika u različitim okruženjima (na poslu, na fakultetu, ...) ali i podučiti ih različitim komunikacijskim vještinama poput vještine prezentiranja podataka. Po završenom kolegiju studenti bi trebali biti sposobni opisivati različita iskustva vezana uz razumijevanje poslovne prakse i poslovne stvarnosti na nivou Independent User Framework (B1, B2).

1.14. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.15. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. definirati i objasniti temeljne pojmove iz područja obuhvaćenih osnovnom temom poglavlja u udžbeniku
2. aktivno koristiti gramatičke cjeline koje su uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
3. identificirati i primijeniti usmene komunikacijske vještine uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
4. analizirati i primijeniti vještine u pisanoj komunikaciji uključene u određeno poglavlje u udžbeniku
5. razviti i primijeniti tehniku slušanja izvornih i neizvornih govornika engleskog jezika i vođenja zabilješki
6. oblikovati poslovni dopis na engleskom jeziku

1.16. Sadržaj predmeta

U kolegiju se obrađuju sljedeće teme: Zapošljavanje; Tržišta; Komunikacije; Inovacije.
Gramatička poglavlja obuhvaćaju obradu sljedećih jezičnih cjelina: Articles, Verb tenses, Plural forms, Possesives and apostrophes.
Obrada svakog pojedinog poglavlja uključuje stavljanje naglaska na kulturološka osviještenost polaznika koji u procesu učenja trebaju steći i veću interkulturalnu kompetenciju. Ovisno o razini znanja određene grupe studenata, rade se studije slučaja i prezentacije vezane za osnovnu temu, u čiju izradu su uključeni i sami polaznici, kroz aktivnosti vršnjačkog vrednovanja.
Poslovno dopisivanje obuhvaća sljedeće: dijelovi poslovnog dopisa; primjeri poslovnog dopisa; sastavljanje poslovnog dopisa, tipična frazeologija u poslovnom dopisivanju, različiti tipovi poslovnog dopisivanja.

1.17. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☒ vježbe	☒ samostalni zadaci ☒ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad

	☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☐ ostalo _____
1.18. Komentari		

1.19. Obveze studenata

- Izraditi dva pismena zadatka
- Izraditi poslovni dopis na engleskom jeziku

1.20. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Zadatak 1	Zadatak 2	Poslovni dopis	Prag	Max
I1	2%	10%			6%	12%
I2	1%	15%			8%	16%
I3	2%		8%		5%	10%
I4	1%		9%		5%	10%
I5	2%		8%		5%	10%
I6	2%			40%	21%	42%
Udio u ECTS	0,4	1	1	1,6		4
Ukupno	10%	25%	25%	40%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Poslovni dopis	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		12%	6%	12%
I2		12%	6%	12%
I3		12%	6%	12%
I4		12%	6%	12%
I5		12%	6%	12%
I6	40%		20%	40%
Udio u ECTS				4
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.21. Obvezatna literatura

1. Materijali i vježbe postavljeni na platformu za e-učenje
2. Odabrana poglavlja iz dopunske literature

1.22. Dopunska literatura

1. Trappe, T., Tullis, G. (2013): Intelligent Business – Intermediate Business English, Pearson Longman, The Economist, Pearson Education Limited
2. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2015). *Technical Communication*: Pearson Education Limited
3. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2007). *A Concise Guide to Technical Communication*: Pearson Education Limited
4. Hybels, S., Weaver II, R.L. (2012). *Communicating Effectively*: The McGraw-Hill Companies Inc.
5. Eastwood, J. (2011): Oxford Practice Grammar, Oxford University Press 2.
6. Duckworth, M.: (2003): Business Grammar and Practice, Oxford University Press 3.
7. Oxford Business English Dictionary (2006), Oxford University Press 4.
8. Mascull, B. (2007): Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press
9. Bishop, R. H. (2002). *The Mechatronics Handbook*. Boca Raton: CRC Press.
10. Powel, D., Walker E. (2008). *Grammar Practice for Upper Intermediate Students with key*: Pearson Education Limited
11. Swan, M. (2016). *Practical English Usage*: Oxford University Press.
12. Solórzano, H., Frazier, L. (2009). *Contemporary Topics 1: Intermediate Academic Listening and Note-Taking Skills*: Pearson Education Limited
13. Sahanaya, W., Lindeck, J., Stewart, R. (2012). *Preparation and Practice: Reading and Writing. Academic Module:* Oxford University Press, ANZ English
14. Oshima, A., Hogue, A. (2006). *Writing Academic English*: Pearson Longman
15. Riordan, Daniel G. (2014) Technical Report Writing Today, Cengage Learning.

1.23. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*

1.24. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Projektni menadžment**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne pojmove upravljanja projektima, te osposobiti studente za planiranje i izradu projekata, kao i za upravljanje jednostavnim projektima. Primjenom stečenog znanja, i vještina, pripremiti studente za vođenje i koordiniranje projektnih aktivnosti s ciljem uspješne implementacije projekta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi osnovne elemente i obilježja projekata;
2. Utvrditi osnovne elemente i faze provođenja projekata;
3. Raspraviti i raščlaniti osnovne korake u planiranju i izradi projekata;
4. Povezati tehnike u upravljanju projektima i projektnim aktivnostima;
5 Kreirati i predložiti projektnu prijavu, proračun projekta, te metode kvalitetnog upravljanja istim

1.4. Sadržaj predmeta

Osnovni pojmovi:

1. Definicija projekta i upravljanja projektom;
2. Osnovni pojmovi;
3. Obilježja ciljeva projekta;
4. Elementi upravljanja projektom;
5. Faze vođenja projekta;
6. Životni ciklus projekta;
7. Područja upravljanja projektom;
8. Obilježja EU projekata;
9. Prijava projekata na programe EU fondova.;
10. Upravljanje EU projektima

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja ☐ seminari i radionice x☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	x☐ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Pohađanje predavanja.
- Aktivno sudjelovanje u izradi i prezentaciji 2 vježbe
- Izraditi jednu projektu prijavu

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Vježba 1	Vježba 2	Izrada projektne prijave	Prag	Max
I1	3%	7%			5%	10%
I2	3%	7%			5%	10%
I3	3%		7%		5%	10%
I4	5%		9%		7%	14%
I5				56%	23%	56%
Udio u ECTS	1,1	1,1	1,7	4,1		8
Ukupno	14%	14%	16%	56%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Izrada projektne prijave	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		10%	5%	10%
I2		10%	5%	10%
I3		10%	5%	10%
I4		14%	7%	14%
I5	56%		23%	56%
Udio u ECTS	4,1	3,9		8
Ukupno	56%	44%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

- Materijali sa e-učenja
- Dujanić, M. Projektni menadžment. Rijeka : Veleučilište, 2010.

1.10. Dopunska literatura

- Zekić, Z. Projektni menadžment : upravljanje razvojnim promjenama. Rijeka : Ekonomski fakultet ; Opatija : Conefing grupa, 2010.

- Omazić, M.A. Projektni menadžment. Zagreb : Sinergija nakladništvo, 2005.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
- Dujanić, M. Projektni menadžment. Rijeka : Veleučilište, 2010.	3	15

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Evaluacija nastave, studentska anketa		

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Poslovno komuniciranje**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	(30P+15V+0S)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Unapređenje kompetencija studenata za prepoznavanje vlastitih učinkovitih komunikacijskih pristupa u poslovnim situacijama.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema preduvjeta

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati pojmove, načine i tehnike u poslovnoj komunikaciji
2. Sastaviti plan za učinkovitu međuljudsku komunikaciju u raznolikim poslovnim situacijama unutar suvremenih organizacija prema individualnim i kulturalnim varijacijama.
3. Analizirati i vrednovati važnost prilagodbe komunikacija u raznim poslovnim situacijama i argumentacija
4. Kreirati rješenje poslovne situacije i kritički prosuditi njenu važnost

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u poslovnu komunikaciju – povezivanje osnovnih pojmova
2. Oblici i načini poslovne komunikacije
3. Specifičnosti suvremene komunikacije - izazovi i prilike
4. Poslovna komunikacija na međunarodnom tržištu
5. Oblikovanje i odabir komunikacije, argumentacija
6. Razvitak vlastitog stila komunikacije u različitim poslovnim situacijama
7. Pristup komunikaciji u kriznim poslovnim situacijama
8. Analiza koncepta poslovne komunikacije – prezentacija timskog projektnog zadatka

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☒ seminari i radionice	☐ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ mentorski rad ☒ Timski projektni zadatak
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

Aktivno sudjelovanje u nastavi. Izrada seminarskog rada. Izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka.

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave

- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Seminarski rad	Timski projektni zadatak/prezentacija	Prag	Max
I1	5%	-	2.5%	5%
I2	10%	-	5%	10%
I3	15%	20%	17,5%	35%
I4	-	50%	25%	50%
Udio u ECTS	1,2	2,8		
Ukupno	30%	70%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Prezentacija/Kritički osvrt	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	10%	5%	10%
I3	30%	15%	30%
I4	50%	25%	50%
Udio u ECTS	4		
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. R. Fox, Poslovna Komunikacija (2006). Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb+
2. K. Reardon (1998). Interpersonalna komunikacija, Alinea, Zagreb

1.10. Dopunska literatura

1. M.J. Rouse, S. Rouse (2005). Poslovne komunikacije : kulturološki i strateški pristup, Masmedia, Zagreb
2. C. L. Bovée, J. V. Thill (2012). Suvremena poslovna komunikacija, Mate d.o.o., Zagreb

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Poslovna komunikacija	5	15

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Brendiranje proizvoda i usluga**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje koncepta brenda (marke proizvoda), te primjene koncepta brendinga u praksi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati i argumentirati temeljne pojmove iz područja brendinga
2. Analizirati i vrednovati elemenate procesa brendinga od prepoznavanja traženih vrijednosti na tržištu do izgradnje brenda.
3. Sintetizirati sve elemente koncepta brendinga i kreirati rješenje primjene brenda u praksi
4. Analizirati i vrednovati mogućnosti primjene brenda u raznim područjima poslovanja.
5. Vrednovati mogućnost primjene koncepta brendinga u praksi

1.4. Sadržaj predmeta

1. Definicija brenda. Brend i nematerijalna imovina. Brend kao sastavnica proizvoda/usluge.
2. Značaj brenda. Karakteristike brenda.
3. Brendovi i razvoj odnosa s potrošačima. Evolucija brenda.
4. Brend i profitabilnost. Brend i proces donošenja odluke o kupnji.
5. Brend: dodane vrijednosti i simbolizam. Koncept brenda.
6. Brend kao strateški alat.
7. Troškovno orijentirani brendovi i brendovi usmjereni dodanim vrijednostima.
8. Karakteristike uspješnih brendova.
9. Dodatna tematska područja: Brand u uslužnim djelatnostima. Brand i konkurentska prednost. Maloprodajni brendovi ili trgovačke marke. Brand u B2B poslovanju. Brend i Internet.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☒ ostalo: Timski projektni zadatak
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- izrada i prezentacija kritičkog osvrta,
- izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka,
- izrada i prezentacija koncepta brendinga

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Timski projektni zadatak /prezentacija	Koncept brendinga/ prezentacija	Prag	Max
I1	-	10%	-	5%	10%
I2	-	20%	-	10%	20%
I3	-	30%	-	15%	30%
I4	20%	-	-	10%	20%
I5	-	-	20%	10%	20%
Udio u ECTS	0,8	2,4	0,8		4
Ukupno	20%	60%	20%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Pismeni ispit	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	20%	10%	20%
I3	30%	15%	30%
I4	20%	10%	20%
I5	20%	10%	20%
Udio u ECTS	4		
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.
Preduvjet pristupa ispitu je izrada i prezentacija kritičkog osvrta i timskog projektnog zadatka.
Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Marjanović, B.: „Brendiranje proizvoda i usluga“, materjali s predavanja - elektronički oblik, ak. god. 2019./2020.
2. de Chernatony, L., McDonald M., and Wallace, E. (2011).Creating Powerful Brands,4th edition. Butterworth-Heinemann. (odabrana poglavlja)
3. Pavlek, Z.(2008). Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP consult (odabrana poglavlja)

1.10. Dopunska literatura

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
de Chernatony, L., McDonald M., and Wallace, E. (2011).Creating Powerful Brands,4th edition. Butterworth-Heinemann. (odabrana poglavlja)	2	15
Pavlek, Z.(2008). Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP consult (odabrana poglavlja)	1	15
1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Evaluacija nastave, studentska anketa		

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Menadžment kvalitete usluga**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.2. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je razviti vještine potrebne za upravljanje kvalitetom u svim procesima pripreme, nabave, stvaranja i pružanja usluge. Odrednice potpunog upravljanja kvalitetom trebaju bit jasni svim učesnicima u procesu pružanja usluge s ciljem zadovoljenja potreba gosta. Studentima će se kroz razne teorijske osnove i primjere iz prakse približit važnost pružanja kvalitete s ciljem da ona postane ne samo način pružanja usluge, već u pravom smislu riječi i način življenja i djelovanja.

1.3. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

1.4. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi važnost kvalitete usluga i zadovoljstva kupca
2. Razlikovati i klasificirati suvremene oblike menadžmenta
3. Povezati pojmove poput izvrsnosti, potpunog upravljanja kvalitetom, standardizacija, nacionalne i međunarodne norme te kontrola kvalitete.
4. Argumentirati značaj kvalitete kao konkurentske prednosti i povezat pojmove: ISO, Benchmarking, hrvatska kvaliteta, kontrolirano porijeklo i ostala obilježja koji označavaju kvalitetu.
5. Kreirati i predložiti sustav upravljanja kvalitetom

1.5. Sadržaj predmeta

1. Suvremeni oblici menadžmenta
2. Definiranje kvalitete
3. Razvoj sustava upravljanja kvalitetom
4. Ciljevi „TQM“ – Total quality menadžmenta
5. Načela upravljanja kvalitetom
6. Elementi kvalitete
7. Upravljanje kvalitetom u proizvodnim i uslužnim djelatnostima
8. Međunarodne i nacionalne norme kvalitete
9. Značaj zaštite okoliša i „pro eco“ pristupa
   Benchmarking i kvaliteta destinacije

1.6. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja ☐ seminari i radionice ☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	x☐ samostalni zadaci x☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo x☐ diskusije _____
1.7. Komentari		
1.8. Obveze studenata		

- Izraditi jedan zadatak – analiza slučaja iz prakse
- Analiza, kritičko preispitivanje informacija i prezentacija rada

1.9. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Dva su oblika vrednovanja postignuća:
- kontinuirana provjera tijekom nastave
- pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionica Zadatak 1	Seminar /prezentacija	Prag	Max
I1	6%			3%	6%
I2	6%			3%	6%
I3	6%	10%	10%	13%	26%
I4	6%	10%	10%	13%	26%
I5	6%	10%	20%	18%	36%
Udio u ECTS	1,2	1,2	1,6		4
Ukupno	30%	30%	40%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Seminar / prezentacija	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		12%	6%	12%
I2		12%	6%	12%
I3	10%	12%	11%	22%
I4	10%	12%	11%	22%
I5	20%	12%	16%	32%
Udio u ECTS	1,6	2,4		4
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.10. Obvezatna literatura

1. Lazibat T.(2009). Upravljanje kvalitetom.Zagreb:M.E.P.
2. Oslić I.(2008). Kvaliteta i poslovna izvrsnos. Zagreb: M.E.P.
3. Skoko, H.(2000). Upravljanje kvalitetom. Zagreb: Sinergija

1.11. Dopunska literatura

1. Cerović, Z..(2003). Hotelski menadžmen. Opatija:Fakultet za turistički i hotelski menadžment
2. Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.(2010). Upravljanje kvalitetom. Split: Sveučilište u Splitu

1.12. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Lazibat T.(2009). Upravljanje kvalitetom.Zagreb:M.E.P.	7	15

1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Računalne vještine**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+0+30

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Nakon odslušanog i položenog predmeta studenti su osposobljeni za primjenu računalnih vještina koje omogućavaju uspješnu primjenu informacijskih sustava u poslovne svrhe, kao i u svrhu rješavanja problema u različitim poslovnim okruženjima.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Pripremiti radno mjesto vodeći računa o računalnoj, programskoj i radnoj okolini.
2. Upotrijebiti programske alate za obradu teksta, proračunske tablice, jednostavne baze podataka, multimedijalne prezentacije, komunikaciju i suradnju.
3. Valorizirati aktualne web tehnologijama.
4. Identificirati vrstu i konfiguraciju mreže te opasnosti od zlouporabe informacijske tehnologije i daljinskog prijenosa podataka.
5. Identificirati, specificirati i analizirati informacijski sustav i njegove podsustave.

1.4. Sadržaj predmeta

Uvod u informacijske sustave, svrha, funkcija i struktura.
2Komponente informacijskog sustava, hardware, software, netware, dataware, lifeware, orgware.
Obrada teksta. Proračunske tablice. Jednostavne baze podataka. Multimedijalne prezentacije
Web tehnologije. Komunikacija i kolaboracija.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☒ multimedija i mreža ☒ laboratorij ☒ mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- redovno dolaziti i aktivno sudjelovati na predavanjima i vježbama ,
- izraditi, prezentirati i obraniti projektni zadatak,
-

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Dva su oblika vrednovanja postignuća:
- kontinuirana provjera tijekom nastave
- pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionice	Projektni zadatak i prezentacija	Prag	Max
I1	3%	5%	10%	9%	18%
I2	10%	10%	40%	30%	60%
I3	7%			3,5%	7%
I4			10%	5%	10%
I5		5%		2,5%	5%
Udio u ECTS	0,8	0,8	2,4		4
Ukupno	20%	20%	60%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći i jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	18%	9%	18%
I2	60%	30%	60%
I3	7%	3,5%	7%
I4	10%	5%	10%
I5	5%	2,5%	5%
Udio u ECTS			4
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći i jednak definiranom pragu. Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ jednu kalendarsku godinu, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

- Kralj, D.(2018). Primjena računala (dostupno online)
- Materijali sa predavanja i vježbi – dostupno putem e-učenja sustava Merlin

1.10. Dopunska literatura

• https://www.dit.ie/aadlt/ictservices/staffitservices/ittraining/resources/

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Kralj, D. (2018). Primjena računala	online	
Materijali sa predavanja i vježbi – dostupno putem e-učenja sustava Merlin	online	

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa.

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Uvod u ponašanje potrošača**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	2
	Broj sati (P+V+S)	15+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje i prepoznavanje čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača, razumijeti procese donošenja odluka i njegove faze, te kreirati marketinško rješenje za unaprjeđenje poslovanja s obizrom na kupovne navike potrošača

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis predmeta

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati temeljne pojmove vezane uz ponašanje potrošača
2. Analizirati i vrednovati čimbenike (okruženje, psihološki procesi i individualni čimbenici) u procesu donošenja odluka
3. Analizirati i vrednovati elemente u procesu ponašanja potrošača te kreirati rješenje za unaprjeđenje poslovanja
4. Kritički prosuditi važnost čimbenika donošenja odluka u praksi

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvodno predavanje. Osnovni pojmovi ponašanja potrošača
2. Sudionici na tržištu. Proces i metode istraživanja tržišta
3. Segmentacija tržišta i modeli ponašanja potrošača
4. Utjecaj okruženja na ponašanje potrošača
5. Psihološki procesi i individualni čimbenici
6. Proces donošenja odluka: analiza faza i elemenata
7. Unapređenje poslovanja – analiza plana

Obrana timskog projektnog zadatka

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☐ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☐ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☒ ostalo: Timski projektni zadatak
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka
- Polagane završnog ispita

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Dva su oblika vrednovanja postignuća:
- kontinuirana provjera tijekom nastave
- pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Timski projektni zadatak /prezentacija	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	20%	10%	20%
I3	50%	25%	50%
I4	20%	10%	20%
Udio u ECTS	2		2
Ukupno	100%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Pismeni ispit	Prag	Max
I1	-	-	-
I2	-	-	-
I3	-	-	-
I4	100%	50%	100%
Udio u ECTS	2		2
Ukupno	100%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Materijali sa predavanja
2. Grbac, B. i Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet. https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332

1.10. Dopunska literatura

1. Kesić, T. (2006). Ponašanje potrošača (2. izd.). Zagreb: Opinio.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Grbac, B. i Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje – osobitosti, reakcije, izazovi, ograničenja. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet. https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri:2332	online	

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Financijski menadžment**	
Studijski program	**Stručni diplomski studij Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	2 / III	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Opći cilj kolegija je osposobiti studente za samostalno upravljanje financijama poslovnih subjekta. Specifični ciljevi kolegija su osposobiti studente da samostalno izaberu optimalni izvor financiranja (kratkoročno, srednjoročno, dugoročno), napraviti financijski plan, upravljati gotovinom, utrživim vrijednosnicama, potraživanjima i zaliha, izvesti fundamentalnu i tehničku financijsku analizu, provesti ocjenu isplativosti ulaganja, procijeniti i predložiti optimalnu kapitalnu strukturu, izračunati operativnu i financijsku strukturu, izračunati trošak kapitala, procijeniti vrijednosti dionica i obveznica. Kolegij je fokusiran na upoznavanje teorijske osnove financijskog menadžmenta, a poseban naglasak bit će na praktičnoj primjeni i rješavanju problema iz financijskog menadžmenta. Sudjelovanjem u aktivnostima studenti će biti sposobni za samostalno upravljanje financijama poslovnih subjekata.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Analizirati i vrednovati financijske informacije.
2. Izraditi i prezentirati financijske analize i financijski plan.
3. Analizirati financiranje poslovanja i financijskog tržišta.
4. Argumentirati financijsku odluku.
5. Utvrđivanje vremenske vrijednosti novca i planirati financijsko restrukturiranje.
6. Primijeniti temeljna i specifična financijska znanja u upravljanu financijama poduzeća,
7. Argumentirati osnovna i specifična financijska načela.
8. Upravljati financijama poduzeća.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uloga Financijskog menadžmenta.
2. Poslovno porezno i financijsko okruženje.
3. Vremenska vrijednost novca, procjena vrijednosti dugoročnih vrijednosnica, rizik i prinos.
4. Analiza financijskih izvještaja, analiza sredstava, analiza novčanog toka i financijsko planiranje.
5. Pregled upravljanja obrtnim kapitalom, upravljanje gotovinom i utrživim vrijednosnicama.
6. Upravljanje potraživanjima i zalihama, kratkoročno financiranje.
7. Ocjena isplativosti ulaganja i procjena novčanog toka.
8. Tehnike ocjenjivanja isplativosti ulaganja.
9. Trošak kapitala.
10. Operativna i financijska poluga.
11. Određivanje strukture kapitala, politika dividendi, tržište kapitala.
12. Dugoročni dug, povlaštene i redovne dionice, dugoročni zajmovi i leasing.

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja	☐ samostalni zadaci x☐ multimedija i mreža

	☐ seminari i radionice x☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☐ laboratorij ☐ mentorski rad x☐ ostalo – diskusije
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

Sudjelovanja u aktivnostima i izrada zadataka

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Dva su oblika vrednovanja postignuća:
- kontinuirana provjera tijekom nastave
- pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Rješavanje zadataka na satu	Diskusija	Prag	Max
I1	2%	4%	5%	6,25%	12,5%
I2	2%	4%	5%	6,25%	12,5%
I3	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
I4	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
I5	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
I6	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
I7	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
I8	2%	5%	6%	6,25%	12,5%
Udio u ECTS	1,28	3,04	3,68		8
Ukupno	16%	38%	46%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	12,5%	6,25%	12,5%
I2	12,5%	6,25%	12,5%
I3	12,5%	6,25%	12,5%
I4	12,5%	6,25%	12,5%
I5	12,5%	6,25%	12,5%
I6	12,5%	6,25%	12,5%
I7	12,5%	6,25%	12,5%
I8	12,5%	6,25%	12,5%
Udio u ECTS	8		8
Ukupno	100%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

Van Horne, J. C., i Wachowicz J. M. Jr.,(2014). Osnove financijskog menadžmenta. Zagreb: Mate d.o.o. Zagreb.
1.10. Dopunska literatura
Brealey, R. A., S. C. Myers, i A. J. Marcus (2007). Osnove korporativnih financij.Zagreb: Mate d.o.o.
1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Van Horne, J. C., i Wachowicz J. M. Jr.,(2014). Osnove financijskog menadžmenta. Zagreb: Mate d.o.o. Zagreb.	5	15

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija
Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Marketinška komunikacija**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obavezan	
Godina	2	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje koncepta marketinške komunikacije, kreiranje komunikacijskih rješenja te upravljanje komunikacijskim aktivnostima u poslovanju organizacija.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta za upis kolegija

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Kritički prosuditi komunikacijski proces, elemente procesa, primjenu komunikacijskih instrumenata i ciljeva komunikacije.
2. Usporediti utjecaj i značaj komunikacijskih alata i usmene predaje.
3. Kritički prosuditi utjecaj suvremenih digitalnih tehnologija na marketinško komuniciranje.
4. Kritički prosuditi pitanje marketinške komunikacije i etike.
5. Kreirati i obraniti komunikacijski plan
6. Vrednovati značaj praktične primjene koncepta marketinške komunikacije.

1.4. Sadržaj predmeta

11. Uvodno predavanje. Definiranje marketinške komunikacije, elementi i ciljevi.
12. Komunikacijski miks. Definiranje instrumenata i specifičnosti primjene.
13. Proces komunikacije, utjecatelji na proces komunikacije.
14. Tržišna segmentacija i marketinško komuniciranje. Uloga i značaj.
15. Ponašanje potrošača – tipovi odluka, faze procesa donošenja odluke.
16. Interakcija marketinške komunikacije s procesom donošenja odluke o kupnji potrošača.
17. Usmena predaja – nezavisan izvor informacija, značaj i utjecaj.
18. Utjecaj tehnologije, interneta i društvenih mreža na ponašanje potrošača u kontekstu marketinške komunikacije.
19. Marketinška komunikacija i etika.
20. Planiranje marketinške komunikacije. Elementi plana. Izrada plana. Budžet.

Obrana projektnog zadatka.
Vježbe prate teme iz predavanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☒ ostalo: Projektni zadatak

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

- izrada i prezentacija kritičkog osvrta,
- izrada i prezentacija timskog projektnog zadatka,

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Kritički osvrt /prezentacija	Projektni zadatak /prezentacija	Koncept komunikacije/ prezentacija	Prag	Max
I1	-	10%	-	5%	10%
I2	10%	-	-	5%	10%
I3	10%	-	-	5%	10%
I4	10%	-	-	5%	10%
I5	-	40%	-	20%	40%
I6	-		20%	10%	20%
Udio u ECTS	2	3	1		
Ukupno	30%	50%	20%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Pismeni ispit	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	10%	5%	10%
I3	10%	5%	10%
I4	10%	5%	10%
I5	40%	20%	40%
I6	20%	10%	20%
Udio u ECTS	6		
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu.
Preduvjet pristupa ispitu je izrada i prezentacija kritičkog osvrta i projektnog zadatka.
Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

5. Marjanović, B.: „Marketinška komunikacija“, materijali s predavanja - elektronički oblik
6. Fill, C., & Turnbull, S. (2023). Marketing Communications. Pearson UK. (odabrana poglavlja);
7. Pelsmacker, P. de, Bergh, J. van den, & Geuens, M. (2021). Marketing communications: a European perspective. Pearson. UK (odabrana poglavlja);

1.10. Dopunska literatura

3. McDonald, M.: „Marketinški planovi – kako ih pripremiti, kako ih koristiti“, Masmedia, Zagreb 2004. godina (odabrana poglavlja);

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Fill, C., & Turnbull, S. (2023). Marketing Communications. Pearson UK	2	7
Pelsmacker, P. de, Bergh, J. van den, & Geuens, M. (2021). Marketing communications: a European perspective. Pearson UK	2	7

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Poslovno komuniciranje na engleskom jeziku 2**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	2/III	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	15+45+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je obratiti pozornost na najvažnije dijelove engleske gramatike koji će pomoći studentima kako u usmenoj i pisanoj komunikaciji unutar struke, tako i u formalnoj i neformalnoj komunikaciji s potencijalnim partnerima i kolegama. Standardni poslovni engleski jezik jako se razlikuje od svakodnevnog, općeg jezika, ne samo u terminologiji, te obuhvaća puno šire područje koje ovaj kolegij želi približiti studentima poput: poslovnog bontona, poslovnog dopisivanja, usvajanja vještine slušanja i razumijevanja usmene komunikacije u poslovnom kontekstu. Razvijanje sposobnosti kritičkog razmišljanja na engleskom jeziku također je od velike važnosti budući da ovom vještinom treba (o)vladati i na materinjem jeziku.

Kolegij obuhvaća stručnu terminologiju, prijevode, pisanje molbe za zaposlenje, osnove poslovnog dopisivanja, pisanje životopisa i drugih relevantnih dokumenata. Cilj kolegija je osposobiti studente za razumijevanje standardnog poslovnog jezika u različitim okruženjima (na poslu, na fakultetu, ...) ali i podučiti ih različitim komunikacijskim vještinama poput vještine prezentiranja podataka. Po završenom kolegiju studenti bi trebali biti sposobni opisivati različita iskustva vezana uz razumijevanje poslovne prakse i poslovne stvarnosti na nivou Independent User Framework (B1, B2).

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

7. definirati i objasniti temeljne pojmove iz zadanih područja
8. aktivno koristiti gramatičke cjeline koje su uključene u određene teme
9. identificirati i primijeniti usmene komunikacijske vještine uključene u određene teme
10. analizirati i primijeniti vještine u pisanoj komunikaciji vezano za određene teme
11. razviti i primijeniti tehniku slušanja izvornih i neizvornih govornika engleskog jezika i vođenja zabilješki
12. izraditi seminarski rad o zadanoj interdisciplinarnoj temi

1.4. Sadržaj predmeta

U kolegiju se obrađuju teme: Strategija; Razvoj; Financije; Krivotvorenje; Lobiji; Logistika.
Gramatička poglavlja obuhvaćaju obradu sljedećih jezičnih cjelina: Conditionals 1,2,3, Reported Speech, Passive Voice.
Obrada svakog pojedinog poglavlja uključuje stavljanje naglaska na kulturološka osviještenost polaznika koji u procesu učenja trebaju steći i veću interkulturalnu i interdisciplinarnu kompetenciju. Ovisno o razini znanja određene grupe studenata, rade se studije slučaja i prezentacije vezane za osnovnu temu, u čiju izradu su uključeni i sami polaznici, kroz aktivnosti vršnjačkog vrednovanja.
Kroz obrađene sadržaje stavlja se naglasak na potrebu razvijanja vještine kritičkog promišljanja te čitanja i pisanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☒ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu	☒ samostalni zadaci ☒ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____

	☐ terenska nastava	
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Izraditi dva pismena zadatka
- izraditi seminarski rad na zadanu temu na engleskom jeziku

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Zadatak 1	Zadatak 2	Seminarski rad	Prag	Max
I1	2%	10%			6%	12%
I2	1%	15%			8%	16%
I3	2%		8%		5%	10%
I4	1%		9%		5%	10%
I5	2%		8%		5%	10%
I6	2%			40%	21%	42%
Udio u ECTS	0,4	1	1	1,6		4
Ukupno	10%	25%	25%	40%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Seminarski rad	Usmeni ispit	Prag	Max
I1		12%	6%	12%
I2		12%	6%	12%
I3		12%	6%	12%
I4		12%	6%	12%
I5		12%	6%	12%
I6	40%		20%	40%
Udio u ECTS	1,6	2,4		4
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

3. Materijali i vježbe postavljeni na platformu za e-učenje
4. Odabrana poglavlja iz dopunske literature

1.10. Dopunska literatura

16. Trappe, T., Tullis, G. (2013): Intelligent Business – Intermediate Business English, Pearson Longman, The Economist, Pearson Education Limited

17. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2015). *Technical Communication*: Pearson Education Limited
18. Lannon, J.M., Gurak, L.J. (2007). *A Concise Guide to Technical Communication*: Pearson Education Limited
19. Hybels, S., Weaver II, R.L. (2012). *Communicating Effectively*: The McGraw-Hill Companies Inc.
20. Eastwood, J. (2011): Oxford Practice Grammar, Oxford University Press 2.
21. Duckworth, M.: (2003): Business Grammar and Practice, Oxford University Press 3.
22. Oxford Business English Dictionary (2006), Oxford University Press 4.
23. Mascull, B. (2007): Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press
24. Bishop, R. H. (2002). *The Mechatronics Handbook*. Boca Raton: CRC Press.
25. Powel, D., Walker E. (2008). *Grammar Practice for Upper Intermediate Students with key*: Pearson Education Limited
26. Swan, M. (2016). *Practical English Usage*: Oxford University Press.
27. Solórzano, H., Frazier, L. (2009). *Contemporary Topics 1: Intermediate Academic Listening and Note-Taking Skills*: Pearson Education Limited
28. Sahanaya, W., Lindeck, J., Stewart, R. (2012). *Preparation and Practice: Reading and Writing. Academic Module:* Oxford University Press, ANZ English
29. Oshima, A., Hogue, A. (2006). *Writing Academic English*: Pearson Longman.
30. Riordan, Daniel G. (2014) Technical Report Writing Today, Cengage Learning.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Materijali i vježbe postavljeni na platformu za e-učenje	online	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Poduzetništvo**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	2/III	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne metodološke pojmove te osposobiti studente za samostalnu pripremu, planiranje i upravljanje malim i srednjim poduzećem te kreiranje i planiranje vlastitog poduzetničkog projekta. Cilj kolegija je i upoznavanje studenata sa važnošću malog i srednjeg poduzetništva za cjelokupni ekonomski i društveni razvoj regije i zemlje u cjelini.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Utvrditi pojmove poduzetništvo i poduzetnik
2. Analizirati utjecaj poduzetništva u SME sektoru
3. Osmisliti, izraditi poduzetnički projekt u praksi
4. Utvrditi uspješnost poslovne ideje temeljem poslovnog plana
5. Pripremiti projekt za dobivanje sredstava od institucija za poticanje poduzetništva

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij i predstavljanje Sylllabusa
2. Što je poduzetništvo
3. Vrste poduzetničkog okruženja i poduzeće
4. Poticanje poduzetništva, poduzetničke potporne institucije
5. Izrada poslovnog plana
6. Pokretanje poduzetničkog projekta / Kako pokrenuti poduzetnički projekt
7. Apliciranje poduzetničke ideje na natječaje za poticanje poduzetništva

1.5. Vrste izvođenja nastave	**X** predavanja **X** seminari i radionice ☐ vježbe **X** obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	**X** samostalni zadaci **X** multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

Pohađanje predavanja i seminara. Polaganje ispita na osnovama zadane literature te izrada i prezentacija seminarskog rada uputama nastavnika

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Radionica	Prezentacija 1	Prezentacija 2	Prag	Max
I1	2%	10%			6%	12%
I2	2%	10%			6%	12%
I3	2%		20%		11%	22%
I4	2%		20%		11%	22%
I5	-			32%	16%	32%
Udio u ECTS	0,3	0,8	1,6	1,3		4
Ukupno	8%	20%	40%	32%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	20%	10%	20%
I2	20%	10%	20%
I3	24%	12%	24%
I4	16%	8%	16%
I5	20%	10%	10%
Udio u ECTS	6,0		6
Ukupno	100%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.

Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Kolaković, M.(2006). Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija
2. Škrtić M. i Mikić M. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija

1.10. Dopunska literatura

1. Timmons, J.A. i Spinelli, S. (2003). New Venture Creation: Entrepreneurship for 21st century. International Edition: McGraw Hill.
2. Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd., D.A. (2011). Poduzetništvo, sedmo izdanje. Zagreb: MATE d.o.o.
3. Kuvačić, N. (1999). Počela poduzetništva. Split: Ekonomski fakultet u Splitu

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Kolaković, M.(2006). Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Zagreb: Sinergija	6	25
Škrtić M.,Mikić M.(2011). Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija	5	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija
Evaluacija nastave; studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Društveno odgovorno poslovanje**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	2 / IV	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Opći cilj kolegija je upoznavanje i pripremanje studenata na poslovanje u dinamičnom okruženju, čijim se promjenama poduzeća moraju konstantno prilagođavati. Društvena odgovornost poduzeća upravo predstavlja koncept upravljanja poduzećem na profitabilan način ali i odgovorno prema ekološkim, socijalnim, kulturnim i zakonskim standardima. Poduzeća, naravno trebaju djelovati na način da zadovolji potrebe vlasnika, odnosno zahtjevima kapitala u domeni ostvarivanja profita i napretka, međutim, nužno je poslovati na način da se zadovoljavaju ekološki, kulturni, socijalni i zakonski kriteriji, poput zaštite okoliša, odnosa s dobavljačima, kupcima i zaposlenicima, odnosa sa sredinom u kojem poduzeće djeluje, poštivanju zakonskih propisa, a sve to s krajnjim ciljem održivosti poslovanja i zadovoljstva svih uključenih dionika. Tijekom nastave će se kontinuirano raditi na shvaćanju šireg konteksta fenomena društvene odgovornosti poduzeća i uloge poduzeća u društvu. Kolegij je fokusiran na upoznavanje teorijske osnove društveno odgovornog poslovanja, a poseban naglasak stavljen je na primjerima dobre prakse u Hrvatskoj i Svijetu. Sudjelovanjem u aktivnostima, studenti će biti sposobni za uspostavu društveno odgovornog načina rada u poduzećima u kojima su zaposleni.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Prepoznati i povezati teoriju i praksu društvene odgovornosti poduzeća u Hrvatskoj i Svijetu.
2. Analizirati utjecaje društveno odgovornog poslovanja na djelovanje poduzeća.
3. Analizirati i primijeniti modele praćenjem društveno odgovornog poslovanja.
4. Sistematizirati i koristiti najbolje prakse društveno odgovornog poslovanja.
5. Utvrditi opća znanja i temeljno poznavanje osnovnih zakonitosti društveno odgovornog poslovanja,
6. Vrednovanje modela društveno odgovornog poslovanja poduzeća.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Društvena odgovornost u poslovnim organizacijama.
2. Modeli odgovornog ponašanja pojedinca u organizaciji, primjeri odgovornog i neodgovornog ponašanja poduzetnika.
3. Dionici društveno odgovorne poslovne organizacije.
4. Poslovna etika i donošenje etične odluke.
5. Utjecaj posljedica provedenih poslovnih odluka na dionike.
6. Etičke dvojbe u poslovanju, kombinacije etičnog/neetičnog i zakonitog/nezakonitog poslovanja, transparentnost
7. Elementi “trobilančnog” pristupa,
8. Metodologija Indeksa DOP-a.
9. Sponzorstvo i donacija – razlike i sličnosti.
10. Primjeri društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj i Svijetu.
11. Izrada i prezentacija seminarskih radova.

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja ☐ seminari i radionice ☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	x☐ samostalni zadaci x☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad x☐ ostalo – diskusije
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Izraditi seminarski rad.
- Prezentirati seminarski rad.

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Seminar /prezentacija	Diskusija	Prag	Max
I1	2%	-	8%	5%	10%
I2	2%	20%	8%	15%	30%
I3	2%	-	8%	5%	10%
I4	2%	20%	8%	15%	30%
I5	2%	-	8%	5%	10%
I6	2%	-	8%	5%	10%
Udio u ECTS	0,5	1,6	1,9		4
Ukupno	12%	40%	48%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	10%	5%	10%
I2	30%	15%	30%
I3	10%	5%	10%
I4	30%	15%	30%
I5	10%	5%	10%
I6	10%	5%	10%
Udio u ECTS	4		
Ukupno	100%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Krkač, K. (2007). Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost. Zagreb: Mate d.o.o.
2. Kotler, P. i Lee, N. (2009). Društveno odgovorno poslovanje.Zagreb: MEP Consult

1.10. Dopunska literatura

1. Omazić, M. A.(2008). Društvena odgovornost poduzeća.Zagreb: Sinergija

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Krkač, K. (2007). mUvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost. Zagreb: Mate d.o.o.	5	25
Kotler, P., i Lee, N. (2009). Društveno odgovorno poslovanje.Zagreb: MEP Consult,	5	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Interkulturalni aspekti menadžmenta**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	**Obvezni**	
Godina	2/IV	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj predmeta je razumjeti i usvojiti osnovne pojmove iz područja interkulturalizma, multikulturalizma i interkulturalne komunikacije te utjecaj kulturnih različitosti na funkcije menadžmenta i menadžerske kompetencije.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta upisa

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Objasniti pojmove globalizacijskih procesa, multikulturalizma, interkulturalizma, intekulturalne komunikacije, interkulturalne kompetencije i interkulturalnog menadžmenta;
2. Analiziorati osobine interkulturalno kompetentnog menadžera;
3. Usporediti utjecaj pojedinih osobina kulture društva na funkcioniranje suvremenog menadžmenta ;
4. Kritički analizirati temeljne pretpostavke interkulturalne komunikacijske kompetencije u svakodnevnom životu (jezik i relativnost iskustva; percepcija stvarnosti; verbalno i neverbalno ponašanje; komunikacijski stilovi; vrijednosti; kulturna adaptacija i kulturna osjetljivost);
5. Procijeniti utjecaj barijera u interkulturalnoj komunikaciji na međusobne odnose
6. Primjeniti obrasce interkulturalne komunikacije u poslovnim kontaktima.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Globalizacija i proces dodira različitih kultura;
2. Dimenzije globalizacije (gospodarska, politička,društvena,demografska, kulturna);
3. Koncept multikulturalizma/interkulturalizma i međusobni odnosi;
4. Interkulturalni pristup menadžmentu
5. Utjecaj kulture društva na formiranje menadžerskih kompetencija;
6. Interkulturalna kompetencija kao dio profesionalnog razvoja menadžmenta;
7. Osobine suvremenog, interkulturalno kompetentnog menadžera: kognitivne, emocionalne i ponašajne.
8. Interkulturalna komunikacijska kompetencija: verbalna i neverbalna interkulturalna komunikacija; aspekti interkulturalne komunikacije; karakteristike neverbalnih kodova; kulturne varijacije u neverbalnoj komunikaciji; neverbalne poruke u interkulturalnoj komunikaciji; osnovni preduvjeti interkulturalne komunikacijske kompetencije i njezine vrijednosti;
9. Barijere u interkulturalnoj komunikaciji – analiza i utjecaj različitih smetnji na interkulturalnu komunikaciju;
10. Interkulturalno obrazovanje menadžera u kontekstu cjeloživotnog obrazovanja.

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja x☐ seminari i radionice ☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu	x☐ samostalni zadaci x☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad x☐ rasprava

	☐ terenska nastava	
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

Izrada i prezentacija seminarskog rada prema uputama nastavnika, sudjelovanje u raspravi o interkulturalnim kompetencijama menadžera

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Rasprava	Seminar /prezentacija	Prag	Max
I1	4%	-	10%	7%	14%
I2	2%	-	10%	6%	12%
I3	-	-	10%	5%	10%
I4	-	18%	6%	12%	24%
I5	-	20%	6%	13%	26%
I6	2%	12%	-	7%	14%
Udio u ECTS	0,3	2	1,7		4
Ukupno	8%	50%	42%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	14%	7%	14%
I2	12%	6%	12%
I3	10%	5%	10%
I4	24%	12%	24%
I5	26%	13%	26%
I6	14%	7%	14%
Udio u ECTS	4		
Ukupno	100%	50%	100%
	100%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Materijali sa e-učenja
2. Bedeković, V. (2010). *Interkulturalni aspekti menadžmenta*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici.
3. Kuharić, D., Hocensk, I., Tolušić, Z. (2015). Interkulturalni menadžment i interkulturalni trening. *Praktični menadžment, 6* (1), 50-53.
4. Bedeković V., Lukačević V. (2011) Kultura društva kao osnova oblikovanja organizacijske kulture u kontekstu suvremenih menadžerskih procesa. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 2*(2), 15-20.

1.10. Dopunska literatura

1. Spajić-Vrkaš, V. (2014). Kulturna različitost, građanstvo i obrazovanje. U N. Hrvatić (ur.) *Interkulturalno obrazovanje i europske vrijednosti* (3-17). Zagreb i Virovitica: Odsjek za pedagogiju, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu i Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
2. Piršl, E. (2012). Interkulturalna kompetencija i/ili kulturna inteligencija? U N.Hrvatić i A. Klapan (ur.) *Pedagogija i kultura*, Svezak 1. (333.-343). Zagreb:Hrvatsko pedagogijsko društvo.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
2. Bedeković, V. (2010). Interkulturalni aspekti menadžmenta. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici.	4	25
3. Kuharić, D., Hocensk, I., Tolušić, Z. (2015). Interkulturalni menadžment i interkulturalni trening. Praktični menadžment, 6 (1), 50-53.	online	25
Bedeković V., Lukačević V. (2011) Kultura društva kao osnova oblikovanja organizacijske kulture u kontekstu suvremenih menadžerskih procesa. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 2*(2), 15-20.	online	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Nositelj predmeta	**Voditelj stručne prakse**	
Naziv predmeta	**Stručna praksa**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	**Obvezni**	
Godina	2/IV	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	10
	Broj sati (P+V+S)	120

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Usvajanje praktičnih umijeća, kompetencija i vještina iz različitih poslovnih disciplina; razvijanje osjećaja odgovornosti i timskog rada unutar radnog okruženja; osposobljavanje za djelotvorno integriranje teorije i poslovne prakse. Zahvaljujući prethodno stečenim teorijskim znanjima i praktičnoj nastavi studenti se osposobljavaju za rad u na srednjoj razini menadžmenta.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema uvjeta upisa

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Objasniti organizacijsku strukturu poduzeća i analizirati djelokrug odgovornosti na radnim mjestima
2. Objasniti dokumentaciju, zakone, pravilnike, procedure i propise vezane za organizaciju/poduzeće i obavljanje djelatnosti
3. Analizirati i prikazati obavljanje poslovnih procesa u radu sa klijentima/potrošačima
4. Odabrati pravilne procedure u rješavanju zadataka
5. Objasniti način pružanja usluga i proizvoda te politiku poduzeća
6. Sastaviti redoslijed aktivnosti te podnijeti detaljan izvještaj o prikupljenim podatcima i odrađenim poslovnima tijekom obavljanja stručne prakse
7. Prepoznati različite probleme, rizike i rizične situacije u modernom rukovođenju i menadžmentu te predložiti adekvatna rješenja temeljem analize stanja poduzeća

1.4. Sadržaj predmeta

- Program obvezne stručne prakse (ovisno o odabranom poslovnom subjektu ili ustanovi): Upoznavanje s organizacijom i funkcioniranjem poslovnog subjekta ili organizacije u kojoj se obavlja stručna praksa.
- Upoznavanje sa sustavom rada i poslovanja odgovarajućih organizacijskih jedinica u organizaciji ili poduzeću.
- Upoznavanje s radom i poslovanjem te djelokrugom odgovornosti organizacijske/skih jedinice/ca u kojoj/ima će student obaviti stručnu praksu (djelatnostima koje su sukladne znanjima što ih student stječe na svom studiju, ili imati dovoljno dodirnih točaka sa stručnim predmetima što ih student sluša na svom smjeru studija).
- Poželjno je da student tijekom prakse prođe kroz više odjela radi boljeg razumijevanja funkcioniranja poduzeća te povezanosti odjela.

1.5. Vrste izvođenja nastave	☐ predavanja ☐ seminari i radionice ☐ vježbe	☐ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad

	☐ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	x☐ pohađanje stručne prakse
1.6. Komentari		
1.7. Obveze studenata		
– Pohađanje stručne prakse – Vođenje dnevnika stručne prakse		
1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu		
– Temeljem Pravilnika o stručnoj praksi, kolegij Strična praksa se ne ocjenjuje – Stručna praksa se vrednuje opisno („obavljen-položen“ ili „neispunjene obveze“). – Studentu se može priznati kolegij Stručna praksa, ako radi ili je radio na poslovima koji po sadržaju i složenosti odgovaraju predviđenoj praksi. – Kako bi se kolegij stručna praksa mogao priznati student treba, u semestru u kojem je dužan obaviti stručnu praksu, nositelju kolegija podnijeti potvrdu pravnog subjekta kod kojeg radi ili je radio. – Potvrda mora sadržavati naziv radnog mjesta, detaljan opis poslova radnog mjesta. – O priznavanju stručne prakse odlučuje nositelj kolegija.		
1.9. Obvezatna literatura		
– Procedure o stručnoj praksi – Pravilnik o stručnoj praksi – Uputnica za stručnu praksu – Potvrda o obavljenoj stručnoj praksi		
1.10. Dopunska literatura		
Dokumentacija, zakoni, pravilnici i propisi vezani za poslovnu organizaciju i obavljanje njene djelatnosti		
1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu		
Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Procedure o stručnoj praksi	online	
Pravilnik o stručnoj praksi	online	
1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija		
Evaluacija nastave, studentska anketa, anketa poslodavca		

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Osnove metodologije znanstveno istraživačkog rada**	
Studijski program	**Kreativni menadžment u procesima**	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1/I	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6
	Broj sati (P+V+S)	45+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je razumjeti i usvojiti osnovne metodološke pojmove te osposobiti studente za samostalnu provedbu jednostavnijih istraživanja te pisanje, izlaganje i prezentiranje seminarskih i završnih radova uz korištenje znanstvenih metoda i uvažavanje etičkih načela.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Povezati temeljne pojmove iz metodologije stručnih i znanstvenih istraživanja;
2. Razviti temeljnu znanstvenu pismenost;
3. Pravilno formulirati i savladati osnovne korake u istraživačkom procesu: tehnike prikupljanja, obrade i prezentacije podataka;
4. Koristiti i pratiti znanstvenu i stručnu literaturu;
5. Analizirati i interpretirati kraće znanstveno istraživanje;
6. Kreirati i oblikovati koncept završnog (diplomskog) rada.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Osnovni pojmovi u metodologiji znanstvenih istraživanja;
2. Etika u istraživanju;
3. Primjer i karakteristike dobrog stručnog i znanstvenog rada;
4. Tijek istraživanja (izbor teme, definiranje ciljeva i predmeta istraživanja);
5. Odabir uzorka istraživanja;
6. Oblikovanje hipoteza istraživanja;
7. Nacrt istraživanja, metode i postupci;
8. Postupci prikupljanja i obrade podataka;
9. Instrument istraživanja; Izrada anketa/provođenje intervjua;
10. Osnovni pojmovi statističke obrade podataka;
11. Obrada i analiza podataka;
12. Prikupljanje i proučavanje literature, selekcija podataka, pisanje bilježaka, napomene, citiranje i način uporabe citata;
13. Prezentacija rezultata istraživanja;
14. Izrada koncepta završnog rada.

1.5. Vrste izvođenja nastave	x☐ predavanja x☐ seminari i radionice ☐ vježbe x☐ obrazovanje na daljinu	x☐ samostalni zadaci x☐ multimedija i mreža ☐ mentorski rad x☐ istraživanje

	☐ terenska nastava	
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- analiza znanstvenog istraživanja
- Izraditi i prezentirati koncept završnog rada

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Moguća su dva oblika vrednovanja postignuća:
- Kontinuirana provjera tijekom nastave
- Pristupanje ispitu

Kontinuirana provjera:

ishod	Aktivnosti na nastavi	Analiza znanstvenog istraživanja	Koncept završnog rada	Prag	Max
I1	2%	2%	-	2%	4%
I2		5%	5%	5%	10%
I3	2%	8%	10%	10%	20%
I4	-	-	6%	3%	6%
I5	-	20%	-	10%	20%
I6	-	-	40%	20%	40%
Udio u ECTS	0,2	1,5	4,3		6
Ukupno	4%	35%	61%	50%	100%

Ispitni rok:

ishod	Koncept završnog rada	Usmeni ispit	Prag	Max
I1	-	4%	2%	4%
I2	5%	5%	5%	10%
I3	10%	10%	10%	20%
I4	6%	-	3%	6%
I5	-	20%	10%	20%
I6	40%	-	20%	40%
Udio u ECTS	4,3	1,7		6
Ukupno	61%	39%	50%	100%

Student je položio predmet ako je za svaki ishod učenja ostvario postotak bodova koji je veći ili jednak definiranom pragu. Ishode koje student ne položi tijekom kontinuirane provjere, polagat će na ispitnom roku.
Preduvjet pristupa ispitu je prihvaćena i vrednovana prezentacija koncepta završnog rada.
Položeni ishod učenja kroz kontinuiranu provjeru ili kroz ispitni rok „vrijedi“ do ponovnog izvođenja kolegija, nakon čega se ponovno polaže.

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Materijali sa e-učenja
2. Drandić, D. (2025). Osnove metodologije istraživanja. Pula: Istarsko veleučilište – Universita Istriana di scienze applicate.

1.10. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Bedeković, V. (2011). Osnove metodologije stručnog i znanstvenog rada. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici.
2. Zelenika, R. (2011). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Drandić, D. (2025). Osnove metodologije istraživanja. Pula: Istarsko veleučilište – Universita Istriana di scienze applicate.	25	25

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacija nastave, studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Komunikacijske vještine**	
Studijski program	**Specijalistički diplomski stručni studij „Kreativni menadžment u procesima“**	
Status predmeta	Obavezni	
Godina	1/II	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	4
	Broj sati (P+V+S)	30+0+15

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Ciljevi kolegija su: a) pružanje teorijskih i primjenjivih komunikacijskih znanja iz domene djelotvorne komunikacije u profesionalnom i akademskom životu; b) razvoj pojedinih komunikacijskih vještina.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Opisati i razumjeti osnovna komunikacijska znanja (definicija, karakteristike, funkcije, komunikacijske oblike, komunikacijske barijere, komunikacijski proces, djelotvornu komunikaciju).
2. Opisati, razumjeti i primijeniti znanja pojedinih komunikacijskih vještina (od komunikacijske vještine slušanja i aktivnog slušanja do vještine pregovaranja).
3. Prepoznati uobičajene probleme koji mogu nastati u komunikacijskom procesu te pokazati znanje vještina kako bi se navedeni problemi prevladali/ublažili.
4. Pokazati povećanu svjesnost o različitim komunikacijskim oblicima u kontekstu (ne)prihvatljivog socijalnog ponašanja.
5. Prepoznati i koristiti heuristike i strategije za upravljanje specifičnim komunikacijskim kontekstima.

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij i način rada na kolegiju, osnove komunikacije i komunikacijskog procesa
2. Vještine slušanja i aktivnog slušanja
3. Vještine neverbalne komunikacije
4. Vještine pružanja konstruktivne povratne informacije
5. Vještine postavljanja pitanja
6. Prezentacijske vještine
7. Vještine čitanja
8. Vještine hvatanja/vođenja bilješki
9. Vještine pisanja
10. Vještina dokumentiranja/citiranja
11. Vještine funkcionalnog pisanja za potrebe profesionalnog i akademskog života (službeni dopisi, e-mailovi, CV, izvještaji, poslovni plan)
12. Vještine pregovaranja

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☒ seminari i radionice ☐ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij

		☐ mentorski rad ☒ diskusije _____
1.6. Komentari		

1.7. Obveze studenata

- Izraditi 5 (pet) domaćih zadaća iz ciljnih komunikacijskih vještina tijekom nastave
- Izraditi i prezentirati seminarski rad iz područja komunikacijskih vještina
- Položiti teoriju (usmeno ili pismeno)

Napomena: ukoliko student tijekom nastave nije pozitivno riješio domaće zadaće te nije izradio seminarski rad ne može pristupiti završnom ispitu prije nego što ispuni izostale obveze (pozitivno riješi domaće zadaće i seminarski rad). Završni ispit provodi se u usmenom ili pisanom obliku.

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Kontinuirana provjera:

Ishod	Aktivnosti na nastavi	Domaće zadaće	Seminarski rad i prezentacija	Usmena ili pisana provjera tijekom nastave	Prag	Max
I1	2%	2%	4%	10%	9%	18%
I2	2%	4%	10%	4%	10%	20%
I3	2%	6%	10%	4%	11%	22%
I4	2%	4%	10%	6%	11%	22%
I5	2%	4%	6%	6%	9%	18%
Udio u ECTS	0,6	1,2	2,4	1,8		
Ukupno	10%	20%	40%	30%	50%	100%

Ispitni rok:

Ishod	Seminarski rad	Usmeni ili pisani ispit	Prag	Max
I1	4%	20%	12%	24%
I2	10%	10%	10%	20%
I3	10%	10%	10%	20%
I4	10%	10%	10%	20%
I5	6%	10%	8%	16%
Udio u ECTS	2,4	3,6		
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Materijali sa e-učenja.
2. Bogdanović, M. (2023). Komunikacijske vještine. Recenziran nastavni materijal, str. 1-110.
3. Borg, J. (2010). Moć uvjeravanja (prijevod izvornika „Persuasion“ James Borg 2004, 2007 published by arrangement with Pearson Education Ltd.), Zagreb: VEBLE commerce. (Odabrana poglavlja)
4. Dixon, T., O'Hara, M. (2002). Communication Skils-making Practice-Based Learning Work, Univesity of Ulster. Dostupno na:

http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11_Communication%20Skills.pdf
(Odabrana poglavlja)

1.10. Dopunska literatura

1. Levi, D.(2014). Group Dynamics for TEAMS, Los Angeles-London-New Delhy-Singapore-Washington DC: SAGE Publications, Inc. (Fourth Edition) (Poglavlja: 5. Komunikacija)
2. Wambui, T.W. Kibui, W.A. Gathuthi, E (2012). Communication skills, vol.I-Students Coursebook, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, Deutschland.
3. Hall, J. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Zagreb: Naklada Slap.
4. Borg, J. (2009). Govor tijela, Zagreb: Veble commerce.
5. Shaikh Misbahaudin, S. Communication skills, Shri Manilal Kadakia College of Management & Computer Studies, Ankleshwar. Dostupno na: http://kadakiaeducation.edu.in/Course/BCA/Course%20Material/Communication_Skills.pdf
6. Jha, S.K., Malik, M. Communication skills, NDRI Karnal. Dostupno na: http://www.agrimoon.com/wp-content/uploads/COMMUNICATION-SKILLS.pdf

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Bogdanović, M. (2023). Komunikacijske vještine. Recenziran nastavni materijal.	Neograničeno (u elektroničkom obliku)	20
Dixon, T., O'Hara, M. (2002). Communication Skils-making Practice-Based Learning Work, Univesity of Ulster. Dostupno na: http://cw.routledge.com/textbooks/9780415537902/data/learning/11_Communication%20Skills.pdf	Neograničeno (u elektroničkom obliku)	20
Borg, J. (2010). Moć uvjeravanja (prijevod izvornika „Persuasion" James Borg 2004, 2007 published by arrangement with Pearson Education Ltd), Zagreb: VEBLE commerce.	1	20

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa

Istarsko veleučilište
Università Istriana di scienze applicate

Naziv predmeta	**Procesni menadžment**	
Studijski program	**Specijalistički diplomski stručni studij „Kreativni menadžment u procesima“**	
Status predmeta	Obavezni	
Godina	2/III	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	8
	Broj sati (P+V+S)	45+30+0

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Cilj kolegija je polaznike upoznati sa koncepcijom i fazama procesnog menadžmenta u funkciji razumijevanja, usvajanja i primjene procesne koncepcije poslovanja. U praktičnom smislu ciljevi kolegija su osposobiti studente za: a) upravljanje poslovnim procesima; b) kreativno unaprjeđenje svih poslovnih procesa u poslovnoj praksi c) konceptualno preoblikovanje klasičnog funkcijskog pristupa na djelotvorniju procesnu koncepciju u poslovnoj praksi.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

1. Razumjeti i interpretirati organizacijske postavke menadžmenta poslovnih procesa, koncepciju, procesno orijentirane organizacije, disciplinu procesnog menadžmenta i procesnu terminologiju
2. Identificirati poslovne procese u funkciji izrade procesne arhitekture poslovne organizacije
3. Modelirati poslovne procese (grafičkim jezikom BPMN)
4. Analizirati postojeće poslovne procese
5. Kontrolirati poslovne procese

1.4. Sadržaj predmeta

1. Uvod u kolegij i način rada. Organizacijske postavke menadžmenta poslovnih procesa, određenje poslovnih procesa i koncepcija procesnog pristupa
2. Razvojne faze i obilježja procesne orijentacije
3. Funkcijske i procesno orijentirane organizacije, povezanost organizacijske strukture i poslovnih procesa
4. Struktura procesno orijentirane organizacije i procesni menadžment
5. Unaprjeđivanje i mjerenje uspješnosti poslovnih procesa, koncept procesne zrelosti
6. Utvrđivanje/identifikacija poslovnih procesa u funkciji izrade organizacijske procesne arhitekture
7. Otkrivanje procesa/Modeliranje procesa/Procesno oblikovanje
8. Analiza procesa (kvalitativna i kvantitativna)
9. Preoblikovanje procesa
10. Procesna primjena
11. Nadzor i kontrola procesa
12. Integralni obuhvat organizacijskih znanja u kreiranju procesno orijentirane organizacije

1.5. Vrste izvođenja nastave	☒ predavanja ☐ seminari i radionice ☒ vježbe ☒ obrazovanje na daljinu ☐ terenska nastava	☒ samostalni radni zadaci ☐ multimedija i mreža ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ ostalo _____

1.6. Komentari

1.7. Obveze studenata

- Izraditi 3 (tri) samostalna procesna radna zadatka
- Izraditi i prezentirati 1 (jedan) samostalni integralni radni zadatak
- Položiti teoriju (usmeno ili pismeno)

Napomena: ukoliko student tijekom nastave nije pozitivno riješio samostalne radne zadatke te nije izradio integralni radni zadatak ne može pristupiti završnom ispitu prije nego što ispuni izostale obveze (pozitivno riješi samostalne radne zadatke i integralni radni zadatak). Završni ispit provodi se u usmenom ili pisanom obliku.

1.8. Ocjenjivanje, vrednovanje i praćenje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Kontinuirana provjera:

Ishod	Aktivnosti na nastavi	Radni zadatci	Integralni radni zadatak (izrada i prezentacija)	Usmena ili pisana provjera tijekom nastave	Prag	Max
I1	2%	2%	10%	10%	12%	24%
I2	2%	4%	10%	4%	10%	20%
I3	2%	10%	10%	4%	13%	26%
I4	2%	4%	8%	6%	10%	20%
I5	2%	-	2%	6%	5%	10%
Udio u ECTS	0,8	1,6	3,2	2,4		
Ukupno	10%	20%	40%	30%	50%	100%

Ispitni rok:

Ishod	Integralni radni zadatak (usmena provjera u ispitnom roku)	Usmeni ili pisani ispit	Prag	Max
I1	10%	30%	20%	40%
I2	10%	8%	9%	18%
I3	10%	8%	9%	18%
I4	8%	8%	8%	16%
I5	2%	6%	4%	8%
Udio u ECTS	3,2	4,8		
Ukupno	40%	60%	50%	100%

Ocjenjivanje ispita:

Raspon bodova	Ocjena ispita
0,00-49,99	nedovoljan (1)
50,00-59,99	dovoljan (2)
60,00-74,99	dobar (3)
75,00-89,99	vrlo dobar (4)
90,00-100,00	izvrstan (5)

1.9. Obvezatna literatura

1. Materijali sa e-učenja
2. Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., Reijers, H. A. (2013). Fundamentals of Business Process Management, Berlin-Heidelberg: Springer Verlag, dostupno besplatno na: https://www.academia.edu/35467911/Fundamentals_of_Business_Process_Management (Odabrana poglavlja)
3. Bosilj Vukšić, V., Hernaus, T., Kovačič, A. (2008). Upravljanje poslovnim procesima: organizacijski i informacijski pristup, Zagreb: Školska knjiga. (Odabrana poglavlja)

1.10. Dopunska literatura

1. Brumec, J., Brumec, S. (2018.), Modeliranje poslovnih procesa, Zagreb: Školska knjiga.
2. Martinek, E. (2018.), Modeliranje poslovnih procesa pomoću grafičkog jezika BPMN“, diplomski rad, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu-Prirodoslovno-matematički fakultet-Matematički odsjek, dostupno na https://repozitorij.pmf.unizg.hr/islandora/object/pmf%3A6010/datastream/PDF/view
3. Fabac, R. (2017). Dizajniranje organizacije i upravljanje promjenama-projektni pristup. Zaglreb: Naklada Slap.
4. Alfirević, N., Bakotić, D., Bogdanović, M., Buble, M., Čukušić, M., Dulčić, Ž., Garbin Praničević, D., Garača, Ž., Goić, S., Grubišić, D., Hell, M., Jadrić, M., Kružić, D., Marušić, E., Mateljak, Ž., Matić,I., Pavić, I., Tadić, I., Vrdoljak-Raguž, I. (2010). Utjecaj organizacijskih varijabli na uspjeh programa unapređenja poslovnih procesa (ur. Marin Buble), Split: Ekonomski fakultet. (potpoglavlja 4.1; 4.2; 4.3 poglavlja 4. ”Implikacije konverzije strukturalne u procesnu paradigmu”, str. 119-152)

1.11. Broj primjeraka obvezatne literature u odnosu na broj studenata koji trenutačno pohađaju nastavu na predmetu

Naslov	*Broj primjeraka*	*Broj studenata*
Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., Reijers, H. A. (2013). Fundamentals of Business Process Management, Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.	Neograničeno u elektroničkom obliku	20
Bosilj Vukšić, V., Hernaus, T., Kovačič, A. (2008). Upravljanje poslovnim procesima: organizacijski i informacijski pristup, Zagreb: Školska knjiga.	2	20

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Evaluacije nastave; studentska anketa