

Студијски програм: Менаџмент бизниса и логистике	
Назив предмета: Стручна пракса (друга година)	
Наставник: мр Жаклина Анђелковић, предавач	
Број ЕСПБ: 4	
Услов: нема услова	
Циљ предмета: Стицање практичних знања и вештина	
Исход предмета Практична знања и вештине у складу са исходом процеса учења обавезних и одабраних изборних предмета друге године студија на овом студијском програму.	
Садржај стручне праксе Упознавање са организационом структуром и типовима менаџмента; Значај планирања, организовања, вођења, контроле и лидерства у организацији; Дефинисање циљева предузећа; Анализа окружења и анализа ресурса организације у функцији менаџмента; Разумевање општих појмова и активности у процесу управљања људским ресурсима; Препознавање значаја планирања људских ресурса; Праћење процеса регрутовања и селекције људских ресурса; Идентификовање потреба за обуком запослених; Упознавање са активности у оквиру процеса напуштања организације; Сагледавање значаја трговине и концепта трговинског менаџмента; Анализа маркетинга, промоције конкуренције и комуникација у трговини; Практично формулисање маркетинг стратегије трговинског предузећа; Значај увођења електронске трговине у организацију; Управљање продајом, продајним објектима и политиком цена предузећа; Препознавање улоге иновација у предузетништву; Упознавање са праксом предузетништва и предузетничким стратегијама; Израда скраћеног бизнис плана; Указивање на значај бизнис инкубатора у оснивању и пословању предузећа; Упознавање са процесом обезбеђења легалитета бизниса и потребних ресурса; Оспособљавање студената за управљање успостављеним бизнисом; Анализа (не)повољних услова за развој предузетништва; Упознавање са најзначајнијим прописима из области пословног права; Анализа привредних уговора у предузећу/организацији; Анализа обавезних елемената хартија од вредности са аспекта трговинског права; Упознавање са информационом системом маркетинга; Практичне технике у мотивационим истраживањима; Практично формулисање маркетинг стратегије; Прављење прелиминарних истраживања; Управљање инструментима маркетинг микса у пракси; Упознавање са сегментацијом тржишта и анализом животног циклуса производа; Препознавање значаја и улоге агроменаџмента у процесу транзиције; Примена информационих системи у агробизнису; Препознавање економског значај органске производње; Сагледавање система контроле квалитета пољопривредних производа намењених извозу и увозу; Упознавање са принципима, техникама, средствима, инструментима и елементима организације; Сагледавање организационих облика, организационе структуре и организационог понашања; Упознавање са сврхом и процесом истраживања тржишта; Практично дизајнирање упитника за истраживање тржишта; Спровођење експерименталних истраживања; Оспособљавање студената за прикупљање података који се користе у процесу истраживања тржишта; Спровођење експлоративних истраживања, дескриптивних истраживања и каузална истраживања; Упознавање организатора и корисника истраживања тржишта; Примена стеченог знања страног језика у пословној комуникацији и пословној кореспонденцији, уз нагласак на употребу стручне терминологије.	
Број часова, ако је специфицирано	
Методe извођења Стручна пракса студената реализује се у трговини и великим трговинским ланцима, приватним и јавним предузећима/организацијама са којима Школа има потписан Уговор о реализацији практичне наставе или Споразум о пословној сарадњи. Реализација стручне праксе подразумева самостални рад студента под надзором наставника стручне праксе и ментора стручне праксе у предузећу – организацији. На тај начин студенти се упознају са руководећим пословима у предузећима, трговини и великим трговинским ланцима и пословима из области маркетинга. Кроз реализацију стручне праксе студенти се, такође, упознају са процедуром покретања сопственог бизниса, поступком и реализацијом различитих пројеката, израдом бизнис планова.	
Оцена знања (максимални број поена 100)	
Оцена знања врши се на основу урађеног и предатог дневника стручне праксе.	