

PREDMET: Finance in računovodstvo

Vsebina

- Poslanstvo računovodstva in financ v podjetju,
- Temeljne ekonomske kategorije v računovodstvu,
- Finančni produkti za upravljanje denarnih presežkov ali primanjkljajev,
- Tveganje in donosnost,
- Vrednost denarja v času,
- Računovodsko predračunavanje. Kratkoročno in dolgoročno zadolževanje,
- Investicijske odločitve,
- Računovodsko nadziranje,
- Računovodsko analiziranje in ocenjevanje kreditne sposobnosti podjetja.

Cilji in competence

Cilji

Študente želimo spoznati z temeljnimi znanji na področju računovodstva in financ, ki bodo študentom v pomoč pri razumevanju finančne funkcije podjetja in pri načrtovanju ter realizaciji podjetniških idej.

Splošne (generične) kompetence

- Komuniciranje s strokovnjaki iz različnih poslovnih funkcij,
- Razumevanje odnosov v podjetju, med podjetjem in poslovnim okoljem ali socialnim, okoljem - sistemsko gledanje in družbeno odgovorno delovanje.

Predmetno-specifične kompetence

- Sposobnost komuniciranja z notranjo in zunanjo javnostjo v domačem in mednarodnem okolju,
- Sposobnost dela v timu,
- Priprava, vodenje projektov,
- Sodelovalno delo v večdisciplinarnih projektnih skupinah,
- Sposobnost inovativnega delovanja.

Literatura in viri

1. Berk Skok Aleš, Lončarski Igor, Zajc Peter: Poslovne finance. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2007.
2. Krajnović Edita, Košak Marko, Groznik Peter: Osnove poslovnih financ. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2004.

3. Mayr Branko: Uvod v računovodstvo. Ljubljana, Visoka šola za računovodstvo, Abeceda svetovanje, 2010.
4. Zaman Groff Maja, Hočevar Marko, Igličar Aleksander: Temelji računovodstva. Ljubljana: Univerza v Ljubljani Ekonomska fakulteta, 2007.

PREDMET: Informacijska varnost

Vsebina

- Uvod: osnovni pojmi, varnostne grožnje,
- Osnove kriptografije: simetrično in asimetrično šifriranje, zgoščevalne funkcije,
- Varnostne tehnologije in sistemi: uporabniški računi, gesla in dostopne pravice, varnostni protokoli (IPSec, SSL/TLS, Kerberos, S/MIME, WAP in WEP), požarni zidovi, sistemi za detekcijo in zaščito pred vdori, navidezna zasebna omrežja (VPN), protivirusna zaščita, zaščita pred nezaželeno pošto,
- Upravljanje informacijske varnosti: socialni inženiring, varnostne politike, varnostne posodobitve informacijskih sistemov, standardizacija upravljanja informacijske varnosti.

Cilji in competence

Po uspešno opravljenem izpitu pri tem predmetu študent:

- Obvlada osnove področja informacijske varnosti,
- Pozna varnostne grožnje ter najpomembnejše tehnologije za zagotavljanje varnosti in njihovo uporabo,
- Razume, da varovanje informacijskih sistemov zahteva celostno obravnavo,
- Razume, da je poleg ustreznih varnostnih tehnologij za zagotavljanje varnosti, informacijskih sistemov potreben tudi ustrezen organizacijski pristop za upravljanje varnosti,
- Razume, da je varovanje informacijskih sistemov proces, ki zahteva kontinuirano delo s tehnološkimi in organizacijskimi rešitvami ter z uporabniki informacijskega sistema,
- Pozna ključne standarde na področju informacijske varnosti.

Literatura in viri

- Stamp, Mark. *Information Security: Principles and Practice*. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, 2011.
- Whitman, Michael E and Mattord, Herbert J., *Principles of Information Security (5th Edition)*. Course Technology, 2014
- Bernik, Igor in Prislan, Katja. *Kibernetska kriminaliteta, informacijsko bojevanje in kibernetski terorizem*. Fakulteta za varnostne vede, Ljubljana, 2012.

PREDMET: Izbrana poglavja davčnega prava in postopka

Vsebina

- Statusno pravo in davki,
- Pravni posli in davki,
- Obdavčitev transakcij z nepremičninami (prodaje, oddajanja v najem),
- Davki in druge (lokalne) javne dajatve,
- Obdavčitev prejemkov managerjev in vodilnih delavcev,
- Obdavčitev poslovanja v tujini,
- Obdavčitev dohodkov iz kapitala,
- Neizpolnjevanje obveznosti in davki (davčni vidiki izvršilnih postopkov in postopkov zaradi insolventnosti),
- Davčni postopki.

Cilji in competence

Pri predmetu se bodo študente seznanili z davčnimi vidiki nekaterih pomembnejših poslovnih transakcij in davčnega postopka. To pomeni, da se jim bo pogled razširil do te mere, da bodo pri sprejemanju obravnavanih vsakodnevnih poslovnih odločitev znali upoštevati tudi njihove davčne posledice, ki pogosto vplivajo na to, ali bo določen posel izveden ali ne bo in na kakšen način bo izveden. Študentje so bodo naučili osnovne probleme razreševati sami, zahtevnejše pa ugotoviti in rešiti s pomočjo ustreznega strokovnjaka.

Literatura in viri

- M. Černe in drugi: Davki za managerje [*Taxes for Managers*]. GV Založba, Ljubljana 2012.
- W. D. Popkin: Introduction to Taxation. LexisNexis, San Francisco 2008.
- O.- Lončarić – Horvat in H. Arbutina: Osnove međunarodnog poreznog prava. Narodne novine, Zagreb 2007.
- D. Popović: Poresko pravo. Pravni fakultet Univerziteteta u Beogradu. Beograd 2014.

PREDMET: Javne pogodbe (Javno-zasebno partnerstvo in javna naročila)

Vsebina

1. Javne pogodbe na splošno
2. Pravo javnih naročil:
 - Razvrstitev področja, razlogi za urejanje, viri,
 - Evropske direktive o javnih naročilih in naročilih na infrastrukturnem sektorju,
 - Nacionalna ureditev javnih naročil in naročil na infrastrukturnem sektorju.
3. Koncesije
 - razvrstitev področja, razlogi za urejanje, viri,
 - Opredelitev koncesij v slovenskem pravnem redu ter definiranje pojma po evropskem pravu Nastajanje, vsebina in prenehanje koncesijskega razmerja.
4. Javno-zasebno partnerstvo:
 - Opredelitev pojma javno-zasebno partnerstvo in ureditev v slovenskem ter evropskem pravnem redu.

Cilji in competence

Cilji:

- Poznavanje in razumevanje delovanja institucij javnih pogodb,
- Poznavanje pravic in obveznosti iz evropskega prava javnih pogodb,
- Poznavanje pravic in obveznosti iz nacionalnega prava javnih pogodb,
- Uporaba znanja na področju javni naročil, koncesij in drugih oblik javnozasebnega partnerstva na gospodarske družbe, konkurenčno pravo, delovna razmerja in insolvenčne postopke.

Kompetence:

- Poznavanje in razumevanje temeljnih pravnih razmerij na področju javnih naročil ter sposobnosti za njihovo analizo,
- Poznavanje in razumevanje temeljnih pravnih razmerij na področju koncesij ter sposobnosti za njihovo analizo,
- Poznavanje in razumevanje temeljnih pravnih razmerij na področju javno-zasebnih partnerstev ter sposobnosti za njihovo analizo,
- Sposobnost zaznati značilnosti koncesijskih razmerij,
- Sposobnost zaznati značilnosti razmerij javno-zasebnih partnerstev,
- Razumevanje celovitosti procesov podelitve koncesij in sklepanja javno-zasebnih partnerstev,
- Sposobnost fleksibilne uporabe znanja v praksi.

Literatura in viri

Obvezna:

- Bohinc, Rado, Mužina, Aleksij, Tičar, Bojan: Zakon o javno-zasebnem partnerstvu (ZJZP) s pojasnili, Tiskarna Hren d.o.o., Ljubljana, Ljubljana, januar 2007.
- Mužina, Aleksij, Koncesije: Pravna ureditev koncesij v Republiki Sloveniji in EU, Primath, Ljubljana 2004.
- MUŽINA, Aleksij. Analiza novih direktiv EU na področju javnega naročanja (in koncesij). V: Kongres javnega naročanja, Portorož, 23. in 24. september 2014 : [tudi] 3. strokovno srečanje naročnikov in ponudnikov v postopkih javnega naročanja. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije, 2014.

Priporočena:

- Mužina, Aleksij, Pravno varstvo v postopkih oddaje javnih naročil, Odin, Ljubljana, 2002
- Mužina, Aleksij, Vesel, Tomaž, Javna naročila, pogoji in merila, priročnik, Nebra, Ljubljana, 2002.
- Knez, Rajko, Mužina, Aleksij, Sladič, Jorg, Vesel, Tomaž, Odločitve Sodišča Evropskih skupnosti in Sodišča prve stopnje s pojasnili, Nebra, Ljubljana 2004.
- Mužina, Aleksij. Modifikacije pogodbe (vključno z nadomestitvijo sopogodbenika) med njeno veljavnostjo po novih direktivah o javnih naročilih/koncesijah in nacionalni zakonodaji (dopustno in nedopustno spreminjanje pogodbe) : Fakulteta za management in pravo, 2013. 1 zv. (7 f.), ilustr.

PREDMET: Management blagovnih znamk

Vsebina

- Tržna znamka in njena poli dimenzionalnost,
- Osebnost tržne znamke,
- Identiteta znamke – vidni in nevidni elementi,
- Ciljni potrošniki in ostali deležniki tržne znamke,
- Zaznavanje tržnih znamk in njih pozicioniranje,
- Korporativne, blagovne, destinacijske in športne znamke,
- Strategije tržnih znamk,
- Pravila, ki so jih napisale uspešne znamke in ključne napake pri upravljanju tržnih znamk.

Cilji in competence

Cilji:

- Študenta želimo usposobiti za suvereno odločanje o pravi strategiji in politiki uporabe TZ v poslovnih procesih,
- Predmet omogoča sposobnost povezovanja znanja o TZ z ostalimi poslovnimi procesi in širjenje prave poslovne kulture s pomočjo TZ,
- Predmet posreduje študentom temeljna spoznanja o pogledih, ki jih ponujajo pravila sodobnega upravljanja TZ in spoznanja o uravnoteženem pogledu na TZ,
- Študente seznanijo z uspešnimi primeri upravljanja svetovnih in slovenskih TZ,
- S pomočjo študij primerov spodbudijo študente k razmišljanju in podajanju konkretnih rešitev, ki jih zahteva celovit proces upravljanja TZ.

Kompetence:

- Se seznanijo s pojmom TZ in njenimi različicami – korporativna, blagovna znamka, destinacijska, športna in trgovinska,
- Dobe vpogled v celoten proces od zaznavanja do pozicioniranja TZ,
- Spoznajo ključne elemente moči TZ,
- Naučijo se vzpostaviti uravnoteženost in izenačenost identitete TZ z identiteto njenih porabnikov in ostalih,
- Naučijo se vzpostaviti kritičen odnos do ključnih dejavnikov TZ – imena, podobe, atributov in vedenja,
- Spoznajo petstopenjski model upravljanja,
- Dobe vpogled v alternativne strategije, ki jih je mogoče uporabiti pri upravljanju TZ,
- Seznanijo se z vlogo komunikacij pri ustvarjanju vrednosti TZ,

- Znajo kritično gledati na procese promocije tržnih znamk in razumejo njihovo poslanstvo,
- Pridobijo znanja o učinkovitem znamčenju,
- Naučijo se reševati probleme TZ in reševanje poslovnih problemov s pomočjo TZ,
- Naučijo se organizirati in izbrati ustrezno znamkovno – poslovno strategijo ter gledati na znamko kot poslovno inovacij,
- Seznanijo se s konceptom identitete TZ,
- Seznanijo se z implementacijo TZ in orodji za razvoj TZ.

Literatura in viri

Obvezna študijska literature:

- Pompe, Andrej, Upravljanje tržnih znamk za 21. stoletje, 2015, Febbs – Brand Business School.
- Pompe, Andrej in Vidic Franci, 2008. Vodnik po marketinški galaksiji: GV Založba.
- prosojnice iz predavanj.

Dodatna študijska literature:

- Aacker, David, 1996, Building strong brands, The free press, New York,
- de Chernatony, Leslie, 2010. From Brand Vision to Brand Evaluation, Oxford: Butterworth-Heinemann,
- Duncan, Tom,, 1997, Driving brand value, McGraw Hill Worldwide,
- Khan, Shahid, John, Simon, 2011, Strategic brand management, Marketing Club,
- Kapferer, Noel, 2011, The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (New Strategic Brand Management: Creating & Sustaining Brand Equity), Kogan Page Ltd.

PREDMET: Management digitalnega marketinga

Vsebina

- Digitalni marketinški in marketinško –komunikacijski splet,
- Kanali digitalnega marketinga,
- Digitalna ekonomija,
- Strategija digitalnega poslovanja,
- Management uvajanja digitalnih projektov (izdelava spletnih strani, komuniciranje v družbenih omrežjih, oglaševanje, spletni iskalniki, ...),
- Management upravljanja odnosov s strankami v digitalnem okolju (CRM),
- Management upravljanja odnosov z javnostmi,
- Interaktivni marketing v digitalnem okolju,
- Raziskovanje trga v digitalnem okolju,
- Analiziranje, merjenje in optimizacija digitalnega marketinga –projekti digitalnega marketinga.

Cilji in competence

- Poznavanje in razumevanje osnov digitalnega marketinga,
- Poznavanje in razumevanje managementa digitalnega marketinga,
- Sposobnost strateškega upravljanja digitalnega marketinga,
- Sposobnost izdelave in vodenja razvojnih načrtov digitalnega marketinga,
- Sposobnost upravljanja projektov digitalnega marketinga,
- Sposobnost analiziranja, merjenja in optimiziranja digitalnega marketinga.

Literatura in viri

Obvezna študijska literature:

- Stokes, R. (2013) eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world (5th Edition). Quirk Education Pty (Ltd),
- Skripta v pripravi,
- Beležke s predavanj,
- Izbrana literatura z obravnavanega področja (članki, prispevki itn.).

Priporočena študijska literature:

- Kaufman, I., Horton, C., 2014, Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, A Guidebook for Executives, Managers, and Students Paperback,
- Tomše Denis, 2014, Prepričanja, stališča in vedenje uporabnikov do marketinškega komuniciranja v družbenih omrežjih, Znanstvena monografija, FKPV, Celje,
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2012) Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice (5th Edition). Pearson.

PREDMET: Management kakovosti in odličnosti

Vsebina

- Teorija zainteresiranih deležnikov, modeli managerskih sistemov, integrirani managerski sistemi, management kakovosti kot adaptivni sistem, TQM in teorija kompleksnosti, nagrade kakovosti, EFQM modeli,
- Sistema standardov (kakovost, okolje, varnost, družbena odgovornost, energija...),
- Pomen, nameni in koristi standardizacije v poslovanju,
- Klasifikacija standardov in standardizacije,
- Vloga standardizacije v svetovni trgovini,
- Sistem standardizacije: Evropski, Ruske federacije, ZDA,
- Integrirani managerski sistemi. Metode ocenjevanja.

Cilji in competence

- Povečati znanje na področju managementa kakovosti in vaje za vpeljavo znanja v prakso ter raziskovanje,
- Razvoj kritičnega razmišljanja v odnosu do managementa kakovosti in standardizacije.

Literatura in viri

- Hoyle, David, Quality Management Essentials, 2007, Elsevier Limited, UK,
- Handbook for the Integrated Use of Management System Standards, 2008, ISO,
- 3.Evans J. R., Lindsay W.M., (2009), Managing for Quality and Performance Excellence, South-Western Cengage Learning,
- Gryna F.G., Chua R.C.H., DeFeo J.A., (2010), Juran's Quality Planning and Analysis, McGraw Hill,
- Okland S.J., (2008), Total Quality Management –text with cases, Elsevier, UK.

PREDMET: Operacijske raziskave I

Vsebina

1. Linearni optimizacijski modeli (LP)

- Simpleks metoda,
- Analiza občutljivosti optimalne rešitve,
- Interpretacija optimalne rešitve,
- Reševanje linearnih modelov z računalniškim programom,
- Reševanje izbranih poslovnih problemov z uporabo LP modelov.

2. Transportni problemi

- Minimizacija transportnih stroškov,
- Izbor optimalne lokacije z vidika transportnih stroškov.

3. Pregled drugih optimizacijskih modelov

Cilji in competence

- Predstaviti kvantitativni pristop k reševanju poslovnih problemov,
- Razviti intuicijo za menedžerske situacije, pri katerih je primeren kvantitativen pristop,
- Prirediti proučevanemu problemu linearni model,
- Reševati linearne modele z računalniškim programom,
- Usposobiti za nadgrajevanje znanja iz operacijskih raziskav,
- Usposobiti za delo v interdisciplinarnih timih,
- Usposobiti za povezovanje različnih znanj ter postopkov.

Literatura in viri

- Winston, W. L. (2004). Operations Research, Application and Algorithms. International Thomson Publishing,
- Meško, I. (1997). Optimizacija poslovanja, Maribor: EPF,
- Graselli, J. (2003). Linearna algebra, Linearno programiranje. Ljubljana: DMFA-Založništvo,
- Cornuejols, G. in Trick, M. (1998). Quantitative Methods for the Management Sciences 45-760,
- Razpoložljivo: <http://www.cse.iitd.ernet.in/~Naveen/courses/CSL866/trick.pdf> (28.6.2012).

PREDMET: Operacijske raziskave II

Vsebina

4. **Opredelitev projekta**

5. **Načrtovanje projekta**
 - Grafični modeli za prikaz projekta,
 - Načrtovanje trajanja projekta z metodo CPM,
 - Minimizacija trajanja projekta,
 - Načrtovanje stroškov projekta,
 - Minimizacija stroškov projekta,
 - Načrtovanje projektov s softwarom.

6. **Analiza tveganja projekta**
 - Metoda PERT,
 - Simulacija.

Cilji in competence

- Predstaviti temeljne pojme,
- Razviti intuicijo za menedžerske situacije, pri katerih je primerna uporaba projektov,
- Grafično prikazati projekt,
- Izdelati časovni in stroškovni plan projekta,
- Seznaniti s projektnimi tveganji in narediti analizo tveganja,
- Usposobiti za nadgrajevanja znanja iz projektnega managementa,
- Usposobiti za delo v interdisciplinarnih timih,
- Usposobiti za povezovanje različnih znanj in postopkov.

Literatura in viri

- Bastič, M. (2002). Odločanje, načrtovanje in nadzor projektov. Maribor : UM, Ekonomsko-poslovna fakulteta,
- Meredith J., Mantel, S. (2006). Project management: a managerial approach, 6th edition. New York: Wiley, NY,
- Patrick C. (2004). Construction project planning and scheduling. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, NJ.

PREDMET: Osebna rast

Vsebina

- Analiziranje odnosov in reševanje konfliktov,
- Resnicoljubnost in odgovornost,
- Razumevanje in sprejemanje kritike,
- Čustveno-inteligentna komunikacija,
- Odnos do sprememb,
- Osebna energija in osebna rast.

Cilji in competence

Cilji:

- Spoznati temeljne vzpostavljanja dobrih medosebnih odnosov,
- Spoznati temelje reševanja konfliktov,
- Spoznati vpliv resnicoljubnosti v povezavi z sprejemanjem odgovornosti,
- Spoznati pomen kritike za osebni razvoj .

Splošne (generične) kompetence:

Študentje bodo po zaključenem predmetu znali:

- Vzpostavljati dolgoročne medosebne odnose,
- Reševati konflikte,
- Sprejemati in podajati kritiko.

Predmetno-specifične kompetence:

Študentje bodo po zaključenem predmetu:

1. znali vzpostaviti učinkovite in dolgoročne odnose,
2. znali konstruktivno reševati konflikte glede na situacijo ter vpletene,
3. usposobljeni za sprejemanje prave mere odgovornosti,
4. znali sprejemati in podajati kritiko,
5. znali uporabljati načela čustveno inteligentne komunikacije,
6. znali obnavljati svoje vire energije.

Literatura in viri

- DEVJAK, Srečko. Kvantitativne metode za analize v upravi. 3. ponatis. Ljubljana: Fakulteta za upravo, 2008. 247 str., ilustr., preglednice. ISBN 978-961-6139-34-2. [COBISS.SI-ID 241103360],
- DEVJAK, Srečko. Project management : material for students of FINAC programme

2007/2008. Ljubljana; Banska Bystrica: Fakulteta za upravo, 2007. 23 f., ilustr. [COBISS.SI-ID 3119278],

- Čamilović, S.: Pristup upravljanju karijerom, SIMORG 2004, Zlatibor,
- Brečko, D.: Metode in tehnike za dvig organizacijske energije, učno gradivo GV Akademije vodenja, 2015,
- Goleman, D.: Čustvena inteligenca na delovnem mestu, Mladinska knjiga 2005,
- Loehr, J. in T. Schwartz; The Power of full engagement, FreePress 2003,
- Turner, Colin: Vodenje k uspehu, Ustvarjanje notranjega podjetništva, GV Izobraževanje 2004,
- Zidar- Gale, T. Medosebno komuniciranje na delovnem mestu, Z osebnimi spremembami do boljših odnosov na delovnem mestu, GV Izobraževanje 2004.

PREDMET: Prekrškovno varstvo gospodarskih razmerij

Vsebina

- Uvod – gospodarstvo in gospodarska delinkvenca ter upravna dejavnost države,
- Pojem prekrškovnega prava in pojem gospodarskega kaznovalnega prava,
- Pravne osebe kot subjekti prekrškovne odgovornosti in odgovornosti za kazniva dejanja,
- Razmerje med kaznivimi dejanji in prekrški,
- Prekrškovna odgovornost pravnih in fizičnih oseb ter pravnih oseb, samostojnega podjetnika posameznika ter posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost in odgovornih oseb teh subjektov.

Cilji in competence

Namen predmeta je seznanitev s gospodarskim kazenskim in prekrškovnim pravom, ki predstavljata del kaznovalnega prava v Republiki Sloveniji. Predmet želi predstaviti ne le pozitivno pravno ureditev gospodarskega kazenskega prava ter prava prekrškov, temveč širše vlogo in institute gospodarskega kazenskega ter prekrškovnega prava (materialnega in procesnega).

Literatura in viri

- Bele, Ivan: Subjekti kaznivih dejanj zoper gospodarstvo (aktivni in pasivni), v: Podjetje in delo, št. 6-7/2003; Dnevi slovenskih pravnikov, 2003,
- Bele, I./ Jenull, H./ Maček Guštin, Š./ Tratar, Boštjan: Zakon o prekrških s komentarjem, GV Založba, Ljubljana, 2005,
- Fisse B./ Braithwaite, J.: Corporations, Crime and Accountability, Cambridge etc., Cambridge University Press, 1993,
- Mitja Deisinger: Odgovornost pravnih oseb za kazniva dejanja, GV Založba, Ljubljana, 2007;
- Mitja Deisinger: Gospodarska kazniva dejanja, v: Podjetje in delo, št. 5-6/1993,
- Petar Novoselac: Temeljne predpostavke za odgovornost pravnih oseb za kazniva dejanja, v: Pravniki, št. 6-8/2001, str. 337-367,
- Liljana Selinšek: Gospodarsko kazensko pravo, GV Založba, Ljubljana, 2006,
- Boštjan Tratar: Zakon o prekrških z uvodnimi pojasnili, Uradni list RS, Ljubljana, 2003.

PREDMET: Sodno in alternativno reševanje gospodarskih sporov

Vsebina

- Sistem sodnega reševanja gospodarskih sporov,
- Arbitražno reševanje gospodarskih sporov,
- ARS in možnosti ARS na gospodarskem področju,
- Praktične izbire med sodnim, arbitražnim in alternativnim reševanjem gospodarskih sporov.

Cilji in competence

- Osnovno pravno svetovanje glede rešitve določenega pravnega problema s tega področja,
- Razvijanje kritičnega razmišljanja glede sedanje in prihodnje ureditve reševanja gospodarskih sporov.

Literatura in viri

- Ude, L. (2002). Civilno procesno pravo. Izbrana poglavja,
- Ude, L. (2002). Arbitražno pravo. Izbrana poglavja,
- Društvo mediatorjev Slovenije (2011). Mediacija v teoriji in praksi: veliki priročnik o mediaciji. Izbrana poglavja,
- Goldberg, S. P. & Sander, F. E. A. (2012). Dispute resolution: negotiation mediation & other processes. Izbrana poglavja.

PREDMET: Trženje storitev

Vsebina

1. Storitve v sodobnem gospodarstvu:
 - Razumevanje storitvenih procesov,
 - Posebnosti trženja storitev.
2. Storitve z uporabnikovega zornega kota in nakupni proces za storitve.
3. Trženjski splet za storitve:
 - Jedro storitve in dopolnilne storitve,
 - Pozicioniranje storitve in razvoj novih storitev,
 - Načrtovanje dostave storitve uporabniku,
 - Uporabnikovo soočenje s storitvijo in ravnanje podjetja,
 - Cena in drugi uporabnikovi stroški v zvezi s storitvijo,
 - Trženjsko komuniciranje.
4. Kakovost storitev.
5. Negovanje odnosov z uporabniki in ustvarjanje njihove zvestobe.
6. Obravnavanje pritožb uporabnikov Integrirano trženjsko komuniciranje v mednarodnem kontekstu.

Cilji in competence

Predmet omogoča študentom:

- Vpogled v pomen storitvenega sektorja,
- osebnosti Razumeti p storitev in pomen le-teh za tržnike,
- Pridobiti izkušnje v oblikovanju razširjenega trženjskega spleta za storitve,
- Razumeti ključne vidike merjenja kakovosti storitev,
- Z uporabo praktičnih primerov prikazati pristope in orodja za učinkovito implementacijo trženja v storitveno organizacijo.

Literatura in viri

- Wirtz, Jochen & Lovelock, Christopher. 2016. Services Marketing: People, Technology, Strategy. World Scientific Publishing,
- Wirtz, Jochen, Chew & Lovelock, Christopher. 2013. Essential of service Marketing. Prentice Hall,
- Wilson, Alan, Zeithaml, Valerie, Bitner, Mary Jo, Gremler, Dwayne. 2012. Services Marketing. McGraw Hill,
- Gremler, Dwayne, Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valerie A. Services Marketing. 2012. McGraw-Hill/Irwing,
- Palmer, Adrian. 2011. Principles of Services Marketing. McGraw-Hill,
- Lovelock, Christopher, Wirtz, Jochen. 2011. Services Marketing. Prentice Hall.

PREDMET: Umetna inteligenca

Vsebina

- Človek in umetna inteligenca (UI),
- Področja UI,
- Reševanje problemov in predstavitve znanja,
- Ekspertni sistemi in odločanje,
- Odkrivanje znanja v podatkih.

Cilji in competence

- Razumeti mesto in vlogo umetne inteligence (UI) pri reševanju poslovnih problemov,
- Spoznati zgradbo in delovanje ekspertnih sistemov,
- Razumeti dodano vrednost UI v procesih poslovnega odločanja,
- Usposobiti za modeliranje odločitvenega znanja v interdisciplinarnih timih,
- Usposobiti za odkrivanje znanja v podatkih kot splošno metodologijo znanstveno raziskovalnega dela.

Literatura in viri

- Frankish K & Ramsey WM (2014) The Cambridge Handbook of Artificial Intelligence. Cambridge University Press,
- Negnevitsky M (2011) Artificial Intelligence: A Guide to Intelligent Systems (3. izdaja). Pearson,
- Bohanec M (2006) Odločanje in modeli. DMFA,
- Bajd T & Bratko I (ur.) (2014) Robotika in umetna inteligenca. Slovenska Matica.