

Студијски програм:	Инжењерски менаџмент		
Врста и ниво студија:	Мастер академске студије		
Назив предмета:	ПРЕДУЗЕТНИШТВО И КРЕАТИВНЕ ИНДУСТРИЈЕ		
Наставник:	Јелена Д. Стефановић-Мариновић		
Шифра предмета: М.1.3-ИМ.ППМ-1-2	Година:	I	Семестар: 1
Статус/тип предмета:	Изборни предмет студијског програма / теоријско методолошки		
Број ЕСПБ:	7		
Услов за избор/слушање предмета:			
Циљ предмета:			
<p>Креативне индустрије, постају значајан извор прихода. Циљ предмета да укаже на креативне индустрије као извор предузетничких шанси и да на једном месту обједини знања неопходна за покретање предузетничког подухвата у њима. Кроз предмет су интегрисани различити аспекти креирања предузетничког подухвата и понуђени у форми алгорита: од идеје до тржишта. У том смислу, циљ предмета је да код студената развије способности: (1) разумевања предузетничког потенцијала који нуде креативне индустрије, (2) анализе тржишта и уочавања тржишних ниша, (3) процене неопходних знања и сарадника, (4) развоја и заштите интелектуалне својине, (5) обезбеђивања финансија и других видова подршке, (6) креирања стратегије за отварање новог тржишта и (7) наступа на постојећем тржишту.</p>			
Исход предмета:			
<p>Студенти који одслушају предмет, изврше предиспитне обавезе и положи испит су оспособљени да: (1) искористе знања везана за креативне индустрије као извор идеја за предузетнички подухват, (2) учествују у његовом покретању као иницијатори или као део тима, (3) анализирају тржишни сегмент од интереса и препознају могуће тржишне нише, (4) процене скуп неопходних знања и на основу њега формирају предузетнички тим, (5) да планирају и учествују у развоју идеје и њеној заштити кроз права интелектуалне својине, (6) да препознају и приступе потенцијалним изворима финансија, (7) да осмисле маркетинг стратегије и наступ на тржишту.</p>			
Садржај предмета:			
<i>Теоријска настава</i>			
<p>Уводни део: основни појмови, секторски оквир креативних индустрија, сличности и разлике са осталим привредним гранама, класификација. Креативност као друштвена вредност. Креативне индустрије и економија знања. Основни принципи и обрасци управљања у креативним индустријама. Улога креативних индустрија у постиндустријском друштву. Комерцијализација креативне индустрије. Карактеристике лидера у креативним индустријама. Утврђивање вредности запослених у креативним индустријама. Заштита интелектуалне својине. Функционисање тимова и избор сарадника; руководиоци, организациона клима и релације креативне индустрије са спољашњим окружењем. Примери добре праксе. Растући значај креативне индустрије у ЕУ и светским оквирима, упоређивање. Кластер креативне индустрије. Предузетничке особине учесника у креативним индустријама, развијање предузетничких и иноваторских особина. Креативно решавање проблема. Финансијска одрживост предузећа у креативним индустријама: извори финансирања, креирање добити од иновација у овој индустрији; правни аспекти релевантни за овај сектор.</p>			
<i>Практична настава</i>			
<p>Вежбе на практичним примерима имплементације квантитативних метода у пословању и управљање пословном документацијом.</p>			
Литература:			
1. Soskin M., Xander J., Fundamentals of Quantitative Business Methods: Business Tools and Cases in Mathematics, Descriptive Statistics, and Probability.			
Број часова активне наставе:			Остали часови:
Предавања	Вежбе	Други облици активне наставе	0
3	2	0	
Методe извођења наставе:			
<p>Настава обухвата предавања и вежбе. На предавањима се дају потребне теоријске основе и анализа чињеница које их објашњавају, док се на вежбама дају практични примери имплементације квантитативних метода у пословању.</p>			
Оцена знања:			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	30
практична настава	10	усмени испит	
домаћи задаци			
колоквијуми	50		
Обавезе студената:			
Присуство предавањима и вежбама, колоквијуми.			