

POSLIJEDIPLOMSKI STUDIJ PODUZETNIŠTVO

Što je važno (a što ne) u
pisanju magistarskog rada

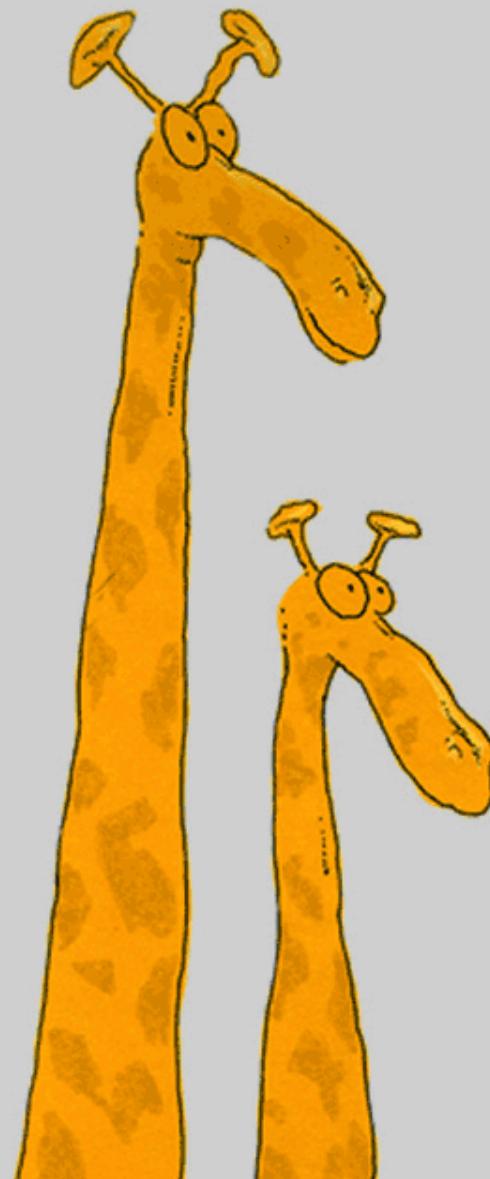
Prof.dr.sc. Slavica Singer
Mr.sc. Sunčica Oberman

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet

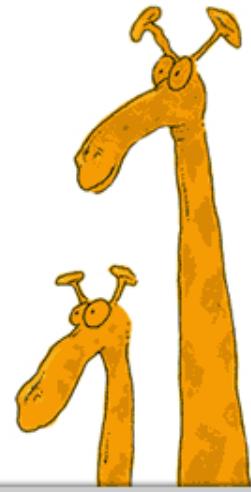
Poslijediplomski studij Poduzetništvo

<http://psp.efos.hr/>



Struktura magistarskog rada

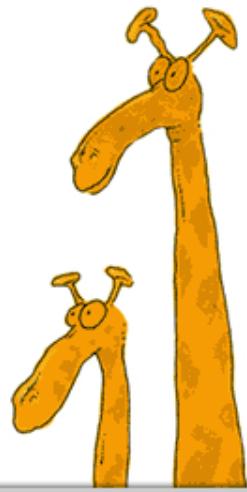
- Sadržaj
- Sažetak (1-2 stranice)
- Cilj i metodologija istraživanja (2-3 stranice)
- Kontekstualni okvir – generički naziv (svatko treba dati naziv koji odgovara temi rada) – (min 30 - 35 stranica)
- Slučaj (min 15 – max 30 stranica) | — Poslovni plan
- Prilozi uz slučaj (koliko treba)
- Analiza slučaja (min 25 – 30 stranica)
- Prilozi uz analizu slučaja (koliko treba)
- Zaključna razmatranja (2 – 3 stranice)
- Literatura



Kako početi?

- **Odabir teme**

- Problem koji Vas zanima i koji ima kapacitet generaliziranja, a koji proizlazi iz konteksta poduzetništva
- Poduzeće koje poznajete
- Odabir poduzeća u kojem ćete moći dobiti sve potrebne informacije
- Voljnost direktora/vlasnika poduzeća da surađuje



Kako početi? (nastavak)

- **Odabir mentora**

- Osoba s kojom možete uspostaviti zajednički jezik
- Zajedničko definiranje teme
- Pomoći pri izboru literature
- Pomoći u izradi magistarskog rada



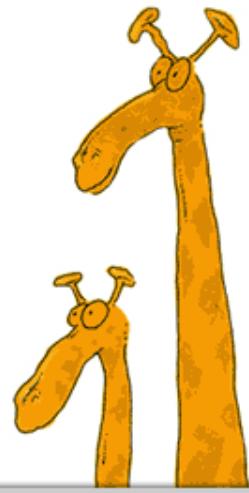
Sažetak

- Piše se na kraju
- Problem koji je bio povod izbora teme
- Cilj i metodologija
- Osnovni elementi slučaja
- Osnovni rezultati analize
- Zaključak



Cilj i metodologija istraživanja

- Cilj:
 - Što se želi postići radom
 - Koji problem je bio povod za rad
 - Koja istraživačka pitanja/hipoteze se istražuju
- Piše se u 1. licu



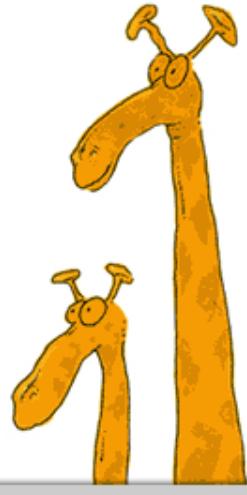
Cilj i metodologija istraživanja (nastavak)

- Objasniti koje metode / modeli su korišteni u izradi magistarskog rada.
Dati kratak osvrt na svaku od metoda / modela, na primjer:
 - Metoda slučaja
 - Intervju
 - Anketiranje – uzorak, upitnik
 - SPSS
 - SWOT analiza
 - Poslovni plan
 - Porterov model konkurenčkih snaga
 - Porterov dijamant konkurenčkih prednosti
 - Portfolio analize
 - Model rasta poduzeća A. Gibba
 - Finansijska analiza
 - ...



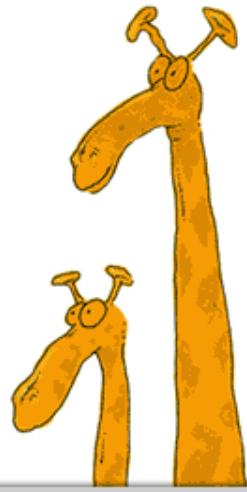
Kontekstualni okvir za “čitanje” slučaja

- Kako teorija “gleda” na problem koji se opisuje i istražuje
- Pokazati da poznate teorijski kontekst relevantan za problem koji istražujtete
- **Čitati, čitati, čitati!!!**
- Čitati široko, ali i nastojati se fokusirati!
- Citirati i pozivati se na tuđa mišljenja
- Treba biti vidljivo što je tuđe a što je Vaše mišljenje



Kako i što čitati?

- Baze podataka
 - www.proquest.com
 - www.ebsco.com
 - <http://reports.sciencedirect.com>
 - <http://www.csa1.co.uk>
 - <http://www.csa2.com>
- Username i password možete dobiti kod Mirte Matešić!
- Pretraživanje prema ključnim riječima



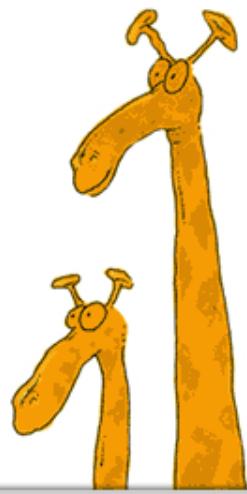
Neki važniji časopisi

- Journal of Small Business Management
- Journal of International Business
- Strategic Management Journal
- Journal of Economic Behavior&Organization
- Academy of Management Journal
- Small Business Economics
- Harvard Business Review
- Entrepreneurship and Regional Development
- Journal of Business Venturing
- Management Science



Konferencije kao izvor članaka

- IntEnt – Internationalizing Entrepreneurship Education and Training
- ICSB
- ECSB
- Enterprise in transition (Split)
- BKERC – Babson Kaufman Entrepreneurship Research Conference
-



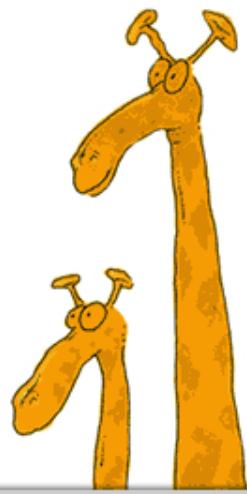
Slučaj

- Zašto slučaj?
 - Prikazi realnih situacija iz života nekog poduzeća/organizacije kroz određeno vremensko razdoblje - služe kao metafora za određeni set problema.
 - Analiza slučajeva omogućava razumijevanje kompleksnih situacija i problema i pruža mogućnosti proširenja iskustva i dodavanje argumenata onome što je poznato iz prethodnih istraživanja.



Slučaj - struktura

- Uvod
- Povijest problema (background)
- Industrija/konkurencija
- Protagonist (ili više njih)
- Opis problema
- Zaključak
- Prilozi



Slučaj: Uvod

- Uvodi čitatelja u centralni problem slučaja (“hook”)
- Počinje u točno definiranoj vremenskoj točki
- Ne bi trebao biti duži od 2 stranice!
- Treba biti dovoljno zanimljiv da potakne na čitanje cijelog slučaja
 - dramatizirati problem slučaja! (važnost prvog dojma)
 - Predstavite glavne sudionike
 - Predstavite poduzeće/organizaciju



Slučaj - Povijest problema (background)

- “Priča priču” poduzeća/organizacije/ideje do trenutka definiranog u uvodu (od osnivanja do danas, ili od nastanka ideje do danas...)
- Izložite onoliko povijesnih podataka koliko je potrebno da bi dočarali kulturu i vrijednosti koje su važne za diskusiju. Vaš slučaj nije dio povijesti poduzeća, već prikaz određenog problema. Nemojte izgubiti uvid u problem koji se postavili u uvodu.
- Stalno se pitajte: *Ima li ova informacija značenje za temu slučaja?*



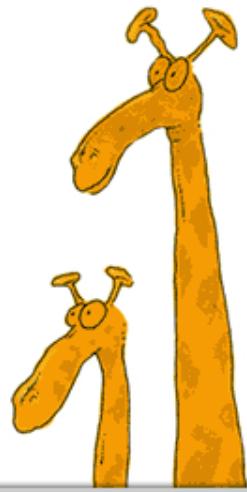
Slučaj – Industrija / konkurencija

- Što se događa u djelatnosti, kojom se bavi poduzeće iz slučaja?
- Tko su konkurenti? Što rade dobro, a što loše?
- Koje su osnovne razlike poduzeća koje se opisuje i ostalih sudionika na tržištu?



Slučaj – Protagonist (jedan ili više njih)

- Tko je ključna osoba (ili tim)?
- Navesti njene/njegove osnovne karakteristike kao poduzetnika, nositelja ideje, vlasnika poduzeća...
- Ukoliko se radi o timu ljudi, opisati načine međusobnog komuniciranja, uloge pojedinih članova tima u timu...
- Kakvo je iskustvo osobe/članova tima?



Slučaj – Opis problema

- Detaljna razrada problema
- Organizirajte podnaslove, koji će voditi vas, ali i čitatelja kroz vašu priču
- Dok pišete, razmišljajte o analizi slučaja – imate li sve potrebne informacije za kvalitetnu analizu?
- Nemojte priču opterećivati tablicama, grafikonima, shematskim prikazima – stavite ih u priloge



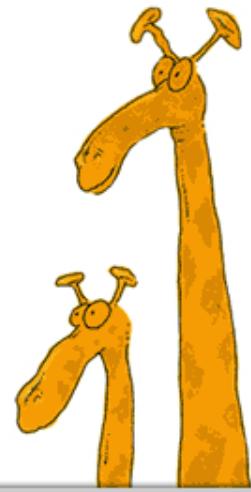
Slučaj - zaključak

- Pitanja / dileme na koja treba odgovoriti u analizi



Slučaj – prilozi uz slučaj

- Financijski podaci
- Podaci o prodaji, kupcima, dobavljačima, zaposlenima...
- Podaci o konkurenciji
- Novinski članci
- Tablice
- Sheme (organizacija, procesi...)
- Grafikoni...
- Sve ono što potkrepljuje priču iz slučaja i može pomoći u razumijevanju i analizi slučaja



Pisanje slučaja

Tri temeljna pitanja PRIJE pisanja slučaja:

- Imate li jasnu sliku priče/problema u vašoj glavi?
- Znate li dovoljno za pisanje slučaja?
- Ima li priča smisla za nekoga sa strane?



Pisanje slučaja (nastavak)

- Prikupite sve potrebne informacije
- Obavite potrebne intervjuje s protagonistima
- Obavite anketiranje, ako je potrebno
- Odredite vremensku dimenziju slučaja – koji period će slučaj opisivati – to će odrediti koje informacije idu u slučaj, a koje ne
- **Počnite pisati dok Vam je sve svježe – ne čekajte predugo.** Sam proces pisanja otkrit će koje informacije vam nedostaju, što još trebate kako bi završili priču
- Koristite se samo činjenicama
- Pišite u prošlom vremenu

- Dok pišete slučaj, razmišljajte o njegovoj analizi i sukladno tome vodite priču i organizirajte priloge



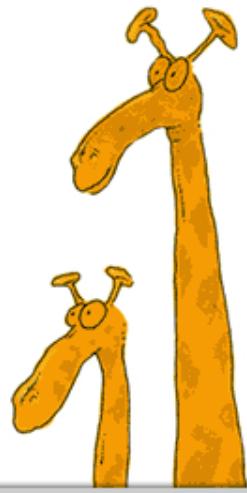
Pisanje slučaja – uloga intervjuja

- Intervju s protagonistima i onima koji mogu doprinijeti razumijevanju problema
 - Važne informacije u “slaganju” priče – dok vodite intervju neprestano imajte u glavi slučaj koji pišete, kako bi mogli usmjeravati priču
 - Intervju se vodi s pripremljenim pitanjima
 - Snimajte intervjuje, zanimljive dijelove možete prenijeti u originalu u slučaj. Oni daju cijeloj priči zanimljivu “notu”, a vama omogućavaju da se pozovete na mišljenje i stavove protagonista slučaja.



Najčešći nedostaci u pisanju slučaja

- Slučaj bez fokusa (nedostaje “hook” slučaja)
- Preopširan slučaj
- Slučaj bez strukture
- Teoretski slučaj
- Slučaj bez sudionika
- Slučaj bez konteksta – kako i s čim usporediti situaciju
- Interne šale
- Slučaj bez događanja



Analiza slučaja

- Analizu slučaja započeti sa kratkim pregledom slučaja, osnovnih polazišta, pitanja koja su navedena u zaključku slučaja...
- Koristiti SAMO informacije navedene u slučaju! Time je sačuvana realnost poslovnog odlučivanja, što je i suština korištenja metode slučaja kao istraživačkog i nastavnog alata.
- Slučaj uvijek analizirati u kontekstu poduzetničke paradigme
- Koristiti prvenstveno literaturu s poslijediplomskog studija



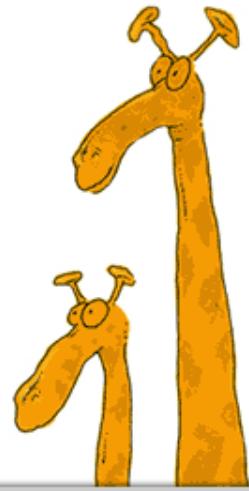
Analiza slučaja (nastavak)

- Alati:
 - SWOT analiza
 - Cost-benefit analiza
 - Porterov model konkurenčkih snaga
 - Porterov model konkurenčkih prednosti
 - Model rasta A. Gibb
 - Financijska analiza
 - Statistička analiza (trendovi, korelacije, ...)
 - Portfolio analiza....



Ukoliko ste se odlučili za pisanje poslovnog plana...

- Struktura magistarskog rada ostaje ista
- Poslovni plan zamjenjuje dio koji se odnosi na slučaj i analizu slučaja



Sadržaj poslovnog plana

1. OPĆE INFORMACIJE

- Ime i adresa poduzeća
- Imena i adrese odgovornih ljudi
- Priroda posla
- Izjava o potrebnim finansijskim sredstvima
- Izjava o povjerljivosti izvještaja

2. SAŽETAK (3-4 str.)

3. ANALIZA INDUSTRije

- Budući izgledi i tendencije
- Analiza konkurenata
- Tržišna segmentacija
- Prognoza

4. OPIS PODUHVATA

- Proizvod(i)
- Veličina poduhvata
- Oprema i osoblje
- Reference poduzetnika



Sadržaj poslovnog plana - nastavak

5. PLAN PROIZVODNJE

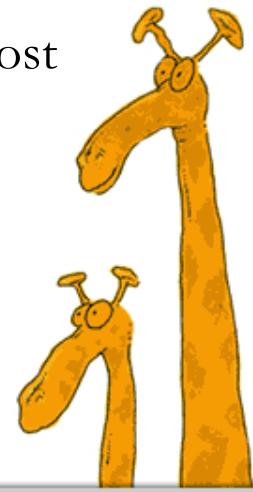
- Proizvodni proces
- Proizvodni prostor
- Oprema

6. PLAN MARKETINGA

- Cijene
- Distribucija
- Promocija
- Kontrola

7. PLAN ORGANIZACIJE

- Oblik vlastništva
- Identifikacija partnera ili glavnih dioničara
- Odgovornost glavnih osoba
- Reference management tima
- Uloga i odgovornost zaposlenih



Sadržaj poslovnog plana - nastavak

8. PROCJENA RIZIKA

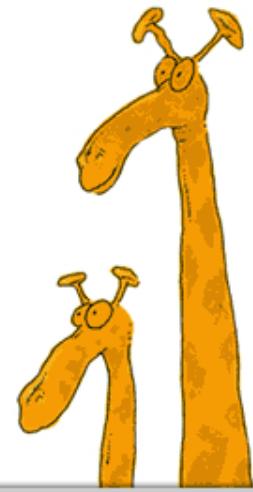
- Vrednovanje slabosti poduhvata
- Nove tehnologije
- Situacijski planovi

10. PRILOZI

- Pisma???
- Podaci o istraživanju tržišta
- Ugovori???
- Liste cijena od dobavljača

9. FINANCIJSKI PLAN

- Procjena prihoda
- Cash flow projekcije
- Procjenjena bilanca
- Break-even analiza
- Izvori financiranja



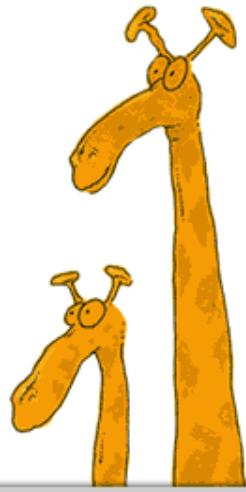
Citiranje

- Kod citiranja u tekstu – nakon citirane rečenice, ili nekog specifičnog pojma, ideje, koncepta... navesti ime autora i godinu kada je taj autor o tome pisao (može, ali i ne mora se navesti i broj stranice)
 - Npr. (Gibb, 2001) ili (Gibb, 2001:18)
- Kod popisa literature
 - Autor A., Autor B.,(godina), naziv knjige, izdavač, država
 - Autor A., Autor B.,(godina), naziv članka, ime časopisa, Vol.No., br. strana
 - Autor A., Autor B.,(godina), naziv članka, naziv konferencije, mjesto održavanja, datum



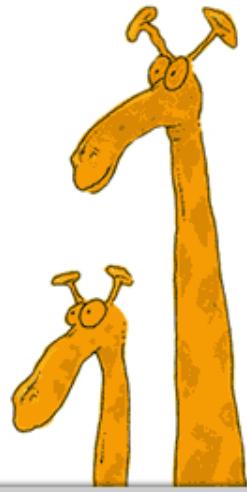
Fusnote – čemu služe?

- Za prijevode engleskih citata – u tekstu se mogu staviti u originalu (ili obratno)
- Definicije pojmove koje navodite u tekstu, a korisno ih je dodatno pojasniti



Što ne smijete zaboraviti?

- Naziv i redni broj tablice, slike, grafikona
 - Izvor – na temelju čega su tablice, slike, grafikoni... izrađeni, ili odakle su preuzeti
 - Numerirati stranice rada
-
- Kontekstualni okvir, slučaj i analiza slučaja pišu se u 3. licu
 - Cilj i metodologija istraživanja i zaključak pišu se u 1. licu



Naslovna stranica

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Poslijediplomski studij Poduzetništvo

Ime i prezime

Naziv teme

Magistarski rad

Osijek, godina



Stranica nakon naslovne stranice

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Poslijediplomski studij Poduzetništvo

Ime i prezime

Naziv teme

Magistarski rad

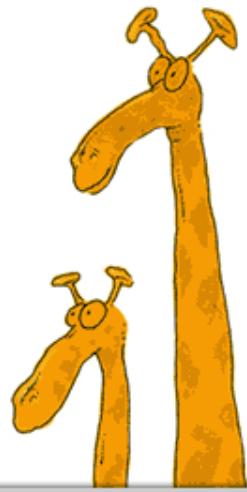
Mentor:

Osijek, godina



Formatiranje teksta

- Tekst – Times New Roman ili Arial **12**
- Naslovi – 14 Bold
- Podnaslovi – 12 Bold
 - Do max. 3 nivoa podnaslova (1., 1.1., 1.1.1.)
- 1.5 prored u tekstu
- Margine: sve 2.5



Kako teče procedura

1. Prijava teme magistarskog rada i molba za ocjenu podobnosti teme – svaki kandidat u suradnji s mentorom treba napisati i predati **MIRTI najkasnije do prvog ponedjeljka u mjesecu!!!**

- Kratki opis teme – 1.5 str.
- Kratka biografija kandidata
- Prijedlog mentora

Kako bi imali pravo pristupiti proceduri prijave teme magistarskog rada trebate imati riješene sve ispite na poslijediplomskom studiju!

2. Do postupka obrane magistarskog rada treba proći 4 sjednice fakultetskog Vijeća (imenovanje povjerenstva za ocjenu podobnosti teme, Izvješće povjerenstva o podobnosti teme i pristupnika, imenovanje povjerenstva za ocjenu magistarskog rada, izvješće povjerenstva o ocjeni magistarskog rada i određivanje datuma obrane – ukoliko je ocjena pozitivna)



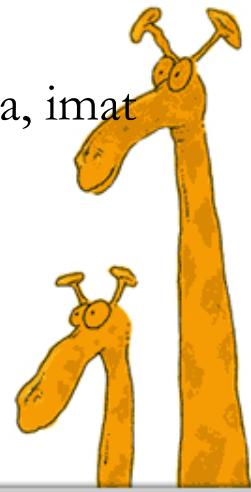
Obrana magistarskog rada

- Nakon što je na fakultetskom Vijeću prihvaćena ocjena magistarskog rada i određen datum obrane kandidat treba pripremiti sljedeće:
 - **5 tvrdo uvezanih primjeraka** magistarskog rada (od ovih 5, niti jedan ne ostaje kandidatu)
 - 4.000 kn – prijava obrana magistarskog rada
 - Prezentaciju u **max. trajanju od 20 minuta**, koju će prezentirati povjerenstvu i publici. Nakon prezentacije slijede pitanja, a nakon toga 30 minuta pripreme za odgovore. Kandidat odgovara na pitanja članova povjerenstva, te oni odlučuju da li je kandidat zadovoljio, te time stekao zvanje **magistra društvenih znanosti**.



Umjesto zaključka

- Počnite razmišljati o temi magistarskog rada barem od 2. semestra, ako ne i prije
- To će Vam omogućiti da tokom studija kroz pojedine zadatke/projekte “gradite” ili barem provjeravate neke dijelove problema kojim se želite baviti u magistarskom radu
- Zagrijte se za problem, nađite dobar primjer i prikupljajte informacije, podatke, čitajte, razgovarajte SAMO O TOME sa profesorima, kolegama, prijateljima ... i
- Jedva ćete čekati da imate vremena sjesti i sve napisati
- A onda, 14. listopada godinu dana nakon što ste završili s predavanjima, imat ćete promociju, jer ćete rad obraniti najkasnije u rujnu.



Koga pitati kada zapnete?

- Prof. dr. sc. Slavica Singer, e-mail: singer@efos.hr
- Profesore sa studija, e-mail adrese imate na
<http://www.psp.efos.hr>
- Alumni
 - suncica@efos.hr (Sunčica Oberman Peterka, 1. generacija)
 - darija.krstic@awt.hr (Darija Krstić, 1. generacija)
 - darko.kurtovic@os.htnet.hr (Gordana Kurtović, 2. generacija)
 - heos@os.htnet.hr (Natalija Pekić, 2. generacija)

