

RIJEČ UREDNIKA	11
PREDGOVOR	15
PRVI DIO	17
ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA U OBRAZOVANJU	17
1. STANJE OBRAZOVANJA U BiH I SLIKA OBRAZOVANOSTI STANOVNIŠTVA	17
2. STATISTIČKI POKAZATELJI PO NIVOIMA OBRAZOVNOG SISTEMA	17
3. STANJE INFRASTRUKTURE I LOGISTIKE U OBRAZOVANJU	19
4. KADROVSKO STANJE U OBRAZOVNIM ORGANIZACIJAMA	21
5. STANJE UPRAVLJANJA OBRAZOVNIM SISTEMOM	22
5.1. Nadležnosti i institucionalna struktura	22
5.2. Stanje u upravljanju kvalitetom obrazovanja	25
6. INSPEKCIJA U OBRAZOVANJU	26
7. STANJE ŠKOLSKOG MENADŽMENTA	26
8. DOSADAŠNJI TOK REFORME OBRAZOVANJA	27
9. IZAZOVI OKRUŽENJA	29
9.1. Uticaj društvenih, socijalnih i ekonomskih promjena na obrazovanje; tranzicija, globalizacija, internacionalizacija i decentralizacija	29
9.2. Promjene na tržištu rada	31
DRUGI DIO	33
SPECIFIČNOSTI MENADŽMENTA U OBRAZOVANJU	33
1. ULOGA MENADŽMENTA U OBRAZOVANJU	33
2. SPECIFIČNOSTI MENADŽMENTA U OBRAZOVANJU	40
2.1. Određenje savremenog menadžmenta u obrazovanju	40
3. DRUŠTVENA ZAJEDNICA I OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	46
3.1. Uloga nastavnika	47
3.2. Uloga školske zajednice	48
3.3. Uloga roditelja	50
3.4. Saradnja škole sa okruženjem u kojem se nalazi	51
3.5. Institucionalni uticaj	64
3.6. Uloga međunarodne zajednice i međunarodnih organizacija	65
3.7. Problemi	66
3.8. Instrumenti	68
4. UPRAVLJANJE PROCESOM OBRAZOVANJA	71

4.1. Konceptcija obrazovanja – obrazovna strategija – sistem obrazovanja ..	71
5. FINANSIJSKI ASPEKTI OBRAZOVANJA – FINANSIRANJE	
OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	73
6. BIZNIS PLAN U OBRAZOVNIM ORGANIZACIJAMA	83
7. FINANSIRANJE OBRAZOVNIH ORGANIZACIJA	83
7.1. Izvori finansiranja obrazovnih organizacija	83
7.2. Zašto sastavljati biznis plan?	85
7.3. Funkcije biznis plana	85
7.4. Kome je namijenjen biznis plan?	85
8. STRUKTURA BIZNIS PLANA OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	86
8.1. Uvod	86
8.2. Opis posla obrazovne organizacije – škole	87
9. SEGMENT MARKETINGA	88
9.1. Istraživanja i analize	88
9.2. Ciljno tržište i veličina tržišta	89
10. SEGMENT USLUGE OBRAZOVNE ORGANIZACIJE/ŠKOLE	90
11. SEGMENT MENADŽMENTA – ORGANIZACIONA STRUKTURA	
OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	92
12. PRIMJENA MARKETINGA U NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA	
(OBRAZOVNIM ORGANIZACIJAMA)	93
12.1. Ciljne grupe u neprofitnim organizacijama (obrazovnim	
organizacijama)	94
12.2. Marketing strategije u neprofitnom sektoru	
(obrazovnoj organizaciji)	98
12.3. Koncept kvaliteta marketinga u obrazovnoj organizaciji	100
13. FINANSIJSKI SEGMENT OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	119
14. UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA U OBRAZOVANJU	120
15. TENDERI – METODOLOGIJA IZBORA	
NAJBOLJEG PONUĐAČA	128
16. KONCEPT EKSPERTSKOG OCJENJIVANJA	129
16.1. Organizacija ekspertize	129
16.2. Metodološka priprema	130
16.3. Ocjenjivanje	131
16.4. Izrada dokumenata	131
17. EFEKTIVNI MENADŽMENT OBRAZOVNE ORGANIZACIJE	
(PROMJENE I VRSTE PROMJENA)	132
17.1. Promjene u obrazovanju	132
17.2. Vrste promjena	133
17.3. Promjene i otpori	134
17.4. Upravljanje promjenama	136
17.5. Metode ovladavanja promjenama	137
17.6. Promjene i ponašanje zaposlenih	144
17.7. Načela koja uspješne vođe poštuju pri savladavanju uvođenja	
promjena	145

18. RUKOVOĐENJE I MOTIVACIJA U OBRAZOVNIM ORGANIZACIJAMA	147
19. KOMUNIKACIJA U OBRAZOVANJU	149
19.1. Moderno komuniciranje	151
19.2. Kako biti komunikativan?	153
19.3. Komunikacijske vještine	153
19.4. Dobre vještine pisane komunikacije	156
19.5. Teškoće u komunikaciji – šum	161
19.6. Tipovi neslušanja	162
19.7. Ljudi ne slušaju u sljedećim situacijama	163
19.8. Postavljanje pitanja	164
19.9. Povratna informacija	165
19.10. Proces izmjene informacija	166
19.11. Davanje i primanje povratne informacije	166
19.12. Smjernice za davanje povratne informacije	167
19.13. Smjernice za primanje povratne informacije	167
19.14. Određivanje jakih strana u komunikaciji i područja za dalji razvoj	168
19.15. Vrste povratne informacije	168
19.16. Odgovornost za povratnu informaciju	169
20. DELEGIRANJE U OBRAZOVNOJ ORGANIZACIJI	169
20.1. Ovlašćenja	170
20.2. Odgovornost	170
20.3. Delegiranje ovlašćenja i zadataka	172
20.4. Prednosti delegiranja	173
20.5. Sposobnosti delegiranja	174
20.6. Otklanjanje prepreka kod delegiranja	177
21. ODLUČIVANJE U OBRAZOVNOJ ORGANIZACIJI	181
21.1. Ciljevi	181
21.2. Odlučivanje	181
21.3. Koncepti odlučivanja	185
22. KLOPKE PRILIKOM ODLUČIVANJA	186
TREĆI DIO	188
POTREBE I PROGRAM OBUKE U OBRAZOVNIM ORGANIZACIJAMA	188
1. NOVI MODEL OBRAZOVNOG MENADŽMENTA	190
1.1. Uvod	190
1.2. Karakteristike dobrog direktora škole	191
1.3. Izazovi za javni menadžment	191
1.4. Ciljevi školskog sistema	192
1.5. Razvoj školskih vođa	192
1.6. Stilovi menadžmenta prema savremenom obrazovnom miljeu	192
1.7. Strategije za razvoj školskog vođe	193
1.8. Dimenzija sadržaja	193
1.9. Dimenzija načina raspodjele	193

1.10. Dimenzija vremenskog usklađivanja („tajminga“)/izvještavanja.....	194
1.11. Vođenje i upravljanje ljudima i resursima u okvirima škole.....	194
1.12. Višestruke uloge vođe (rukovođenja)	194
2. KARAKTERISTIKE KVALITETNE I EFEKTIVNE ŠKOLE	195
3. KARAKTERISTIKE EFIKASNE ŠKOLE	198
4. PROGRAM EDUKACIJE DIREKTORA	
OBRAZOVNIH ORGANIZACIJA	199
4.1. Globalizacija, obrazovanje i konkurentnost	199
4.2. Ciljevi.....	200
4.3. Ciljne grupe.....	200
4.4. Sadržaj seminara	201
IZVODI IZ RECENZIJA	208
LITERATURA	211
BIOGRAFIJA AUTORA	215
PRILOG: REZULTATI ISTRAŽIVANJA	217

SADRŽAJ SLIKA

Slika 1.1. Odnos relevantnih tržišta	35
Slika 2.1. Proces menadžmenta u obrazovnim organizacijama	41
Slika 2.2. Oblasti menadžment znanja	43
Slika 2.3. Proces menadžment znanja	45
Slika 12.1. Odnos razmjene u javnom i privatnom sektoru	95
Slika 12.2. Marketing transakcije neprofitnih organizacija	
sa ciljnim grupama	96
Slika 16.1. Struktura procesa ekspertskog ocjenjivanja	130
Slika 17.1. Demingov krug	140
Slika 17.2. Dijagram uporednog ocjenjivanja	142
Slika 17.3. Organizacijski trougao rješavanja problema	143
Slika 21.1. Osobine menadžera	184

SADRŽAJ GRAFIKONA, SHEMA I TABELA

Grafikon 5.1. Finansiranje škole po učeniku	77
Shema 11.1. Organizaciona struktura škole	92
Tabela 12.1. SWOT analiza	93