

ПРВИ ДЕО

1. Појам стратегије (Thompson et al., str. 3-10)
2. Повезаност стратегије и пословног модела (Thompson et al., str.11 и материјал на порталу)
3. Шта чини стратегију добитном и важност стратегије (Thompson et al., str.11-15)
4. Модели стратегијског менаџмента (Ђуричин et al., 259-262)
5. Процес стратегијског менаџмента (Dess et al., 12-18)
6. Улога корпоративног управљања и менаџмента стејкхолдера (Dess et al., 18-21)
7. Организациона визија и мисија (Dess et al., 29-33)
8. Стратејски циљеви (Dess et al., 33-35)
9. Стратејска пирамида (Thompson et al., str. 34-37)
10. Улога скенирања, мониторинга и обавештености о конкурентима и предвиђања (Dess et al., 43-48)
11. Анализа општег окружења – ПЕСТ (Dess et al., 49-57)
12. Конкурентско окружење – Портеров модел пет конкурентских сила (Dess et al., 58-66)
13. Индустриска анализа: динамична перспектива (Dess et al., 66-68)
14. Стратејске групе у привредним гранама (Dess et al., 68-70)
15. Анализа ланца вредности: Примарне активности (Dess et al., 77-83)
16. Анализа ланца вредности: Активности за подршку (Dess et al., 83-87)
17. Примена ланца вредности на услужне организације (Dess et al., 88-90)
18. Врсте ресурса предузећа (Dess et al., 92-94)
19. Ресурси предузећа и одржива конкурентска предност (Dess et al., 94-97)
20. SWOT анализа: идентификовање интерних и екстерних фактора конкурентности (Thompson et al., 89-94)
21. SWOT анализа: стратегијске импликације резултата анализе (Thompson et al., 96-98)
22. Анализа финансијских рачуна као приступ за оцену перформанси предузећа (Dess et al., 99-102)
23. Балансирана листа мерила и стратегијска мапа (Dess et al., 102-106)
24. Стратејска вођства у трошковима (Dess et al., 164-169)
25. Стратејска диференцијација (Dess et al., 169-174)
26. Стратејска фокусираност (Dess et al., 174-177)
27. Интегрисање стратегије вођства у трошковима и стратегије диференцијације (Dess et al., 177-182)
28. Животни циклус гране и стратегије за поједине фазе животног циклуса гране (Dess et al., 182-189)
29. Стратејска фрагментисаност гранама (Thompson et al., 214-217)
30. Стратејска брзорастућа предузећа (Thompson et al., 217-219)
31. Стратејска тржишна лидерство и пратиоци (Thompson et al., 219-224)
32. Стратејска слаба предузећа и предузећа у кризи (Thompson et al., 224-229)

ДРУГИ ДЕО

33. Стратејска диверзификација: појам, значај, мотиви (Ђуричин et al., 403-405 и Thompson et al., 236-238)
34. Стратејска повезаност диверзификације: остваривање економије обима и економије ширине (Dess et al., 201-205)
35. Стратејска повезаност диверзификације: јачање тржишне снаге (Dess et al., 205-211)
36. Стратејска неповезаност диверзификације (Dess et al., 211-214)
37. Портфолио менаџмент (Dess et al., 214-216)
38. Ширење и сужавање пословне основе (Thompson et al., 270-273)
39. Стратејска реструктурирања (Thompson et al., 273-275);
40. Стратејска мултинационална диверзификација (Thompson et al., 275-279)
41. Интерни (органски) раст и развој (Dess et al., 223-224 и Ђуричин et al., 441-442)
42. Спајања и припајања предузећа (Dess et al., 217-222)
43. Како мотиви менаџера могу нанети штету стварању вредности (Dess et al., 228-230)
44. Тактике за спречавање преузимања (Dess et al., 230-231)
45. Стратејске алијансе (Стефановић, стр. 96-101)
46. Стратејске алијансе између партнера у ланцу снабдевања (Стефановић, стр. 101-106)
47. Заједничко улагање (Стефановић, стр. 108-112)
48. Значај формулисања стратегије интернационализације (Стефановић, стр. 165-167)
49. Избор конфигурације стратегије интернационализације (Стефановић, стр. 167-171)
50. Фактори који утичу на националну конкурентност (Dess et al., 240-243)
51. Мотиви и ризици међународне експанзије (Dess et al., 243-252)
52. Избор модела уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 175-178)
53. Невласнички модели уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 178-182)
54. Власнички колаборативни модели уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 182-188)
55. Модели уласка у пуном власништву (Стефановић, стр. 188-193)
56. Стратејска уласка на страном тржиште и избор модела уласка (Стефановић, стр. 193-197)
57. Фактори који детерминишу одлуку о уласку на страном тржиште и ОЛИ модел (Стефановић, стр. 197-201)
58. Посебан значај фактора локације у одлучивању о страним улагањима (Стефановић, стр. 201-206)
59. Стратејска конкурисања домаћих фирми на глобалном тржишту (Стефановић, стр. 234-236)
60. Стратејска опција парирања мултинационалним ривалима (Стефановић, стр. 236-240)
61. Стратејска опција конкурисања домаћих фирми мултинационалним ривалима на глобалном тржишту (Стефановић, стр. 240-243)
62. Утицај Интернета и дигиталних технологија на пет конкурентских сила (Dess et al., 282-290)
63. Како интернет и дигиталне технологије додају вредност (Dess et al., 291-294)
64. Пословни модели и дигиталне технологије (Dess et al., 294-297)
65. Утицај Интернета и дигиталних технологија на конкурентске стратегије (Dess et al., 298-303)
66. Одрживост конкурентске предности засноване на дигиталним технологијама (Dess et al., 304-308)

Питања за први колоквијум: 1-23

Питања за други колоквијум: 33-51

Литература за припремање испита:

Основна литература:

1. Dess, G.G., Lumpkin, G.T., Elsner, A.B. (2007). *Strategijski menadžment*. Data status, Beograd.
2. Thompson, A.A., Strickland III, A. J., Gamble, E.J. (2008). *Strateški menadžment*. Mate, Zagreb.
3. Стефановић, С. (2010). *Стратешка партнерства у условима глобализације пословања*. Економски факултет Ниш.

Допунска литература:

1. Rothaermel, T.F. (2016). *Strategic management: Concepts*, McGraw-Hill Education (3rd edition).
2. Ђуричин, Д., Јаношевић, С., Каличанин, Ђ. (2011). *Менаџмент и стратегија*. Економски факултет Београд.

Предметни наставници:

Проф. др Сузана Стефановић, suzana.stefanovic@eknfak.ni.ac.rs кабинет бр. 20, IV спрат
Доц. др Данијела Стошић Панић, daniijela.stosic@eknfak.ni.ac.rs кабинет бр. 6, V спрат