

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. Индустијска 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. Ресурси предузећа: врсте и утицај на одрживу конкурентску предност (Ђуричин et al., 371 и 572; Dess et al., 94-97)
19. SWOT анализа: идентификовање интерних и екстерних фактора конкурентности (Thompson et al., 89-94)
20. SWOT анализа: стратегијске импликације резултата анализе (Thompson et al., 96-98)
21. Анализа финансијских рачуна као приступ за оцену перформанси предузећа (Dess et al., 99-102 и 114-120)
22. Балансирана листа мерила и стратегијска мапа (Dess et al., 102-106)
23. Стратејска вођства у трошковима (Dess et al., 164-169)
24. Стратејска диференцијација (Dess et al., 169-174)
25. Стратејска фокусираност (Dess et al., 174-177)
26. Интегрисање стратегије вођства у трошковима и стратегије диференцијације (Dess et al., 177-182)
27. Животни циклус гране и стратегије за поједине фазе животног циклуса гране (Dess et al., 182-189)
28. Стратејска фрагментисаност гранама (Thompson et al., 214-217)
29. Стратејска брзорастућа предузећа (Thompson et al., 217-219)
30. Стратејска тржишна лидерство и пратиоци (Thompson et al., 219-224)
31. Стратејска слаба предузећа и предузећа у кризи (Thompson et al., 224-229)

32. Стратејска диверзификација: појам, значај, мотиви (Ђуричин et al., 403-405 и Thompson et al., 236-238)
33. Стратејска повезаност диверзификације: остваривање економије обима и економије ширине (Dess et al., 201-205)
34. Стратејска повезаност диверзификације: јачање тржишне снаге (Dess et al., 205-211)
35. Стратејска неповезаност диверзификације (Thompson et al., 248-253)
36. Ширење и сужавање пословне основе диверзификованих предузећа (Thompson et al., 270-275)
37. Стратејска мултинационална диверзификација (Thompson et al., 275-279)
38. Портфолио менаџмент (Ђурићин et al. 347-352; Dess et al., 214-216)
39. Интерни (органски) раст и развој (Dess et al., 223-224 и Ђуричин et al., 441-442)
40. Спајања и припајања предузећа (Dess et al., 217-222; Ђуричин et al., 443-445)
41. Како мотиви менаџера могу нанети штету стварању вредности (Dess et al., 228-230)
42. Тактике за спречавање преузимања (Dess et al., 230-231)
43. Стратејске алијансе (Стефановић, стр. 96-101)
44. Стратејске алијансе између партнера у ланцу снабдевања (Стефановић, стр. 101-106)
45. Заједничко улагање (Стефановић, стр. 108-112)
46. Значај формулисања стратегије интернационализације (Стефановић, стр. 165-167)
47. Избор конфигурације стратегије интернационализације (Стефановић, стр. 167-171)
48. Фактори који утичу на националну конкурентност (Dess et al., 240-243)
49. Мотиви и ризици међународне експанзије (Dess et al., 243-252)
50. Избор модела уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 175-178)
51. Невласнички модели уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 178-182)
52. Власнички колаборативни модели уласка на међународно тржиште (Стефановић, стр. 182-188)
53. Модели уласка у пуном власништву (Стефановић, стр. 188-193)
54. Стратејска уласка на страни тржиште и избор модела уласка (Стефановић, стр. 193-197)
55. Фактори који детерминишу одлуку о уласку на страни тржиште и ОЛИ модел (Стефановић, стр. 197-201)
56. Посебан значај фактора локације у одлучивању о страним улагањима (Стефановић, стр. 201-206)
57. Стратејска конкурисања домаћих фирми на глобалном тржишту (Стефановић, стр. 234-236)
58. Стратејске опције парирања мултинационалним ривалима (Стефановић, стр. 236-240)
59. Стратејске опције конкурисања домаћих фирми мултинационалним ривалима на глобалном тржишту (Стефановић, стр. 240-243)
60. Утицај Интернета и дигиталних технологија на пет конкурентских сила (Dess et al., 282-290)
61. Како интернет и дигиталне технологије додају вредност (Dess et al., 291-294)
62. Пословни модели и дигиталне технологије (Dess et al., 294-297)
63. Утицај Интернета и дигиталних технологија на конкурентске стратегије (Dess et al., 298-303)
64. Одрживост конкурентске предности засноване на дигиталним технологијама (Dess et al., 304-308)

Питања за први колоквијум: 1-22

Питања за други колоквијум: 32-49

**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](mailto:suzana.stefanovic@eknfak.ni.ac.rs) кабинет бр. 20, IV спрат  
Доц. др Данијела Стошић Панић, [daniela.stosic@eknfak.ni.ac.rs](mailto:daniela.stosic@eknfak.ni.ac.rs) кабинет бр. 6, V спрат