



Slobomir P Univerzitet, PF 70 Slobomir, 76 300 Bijeljina, Republika Srpska, Bosna i Hercegovina
Tel. +387 55 231 101, 231 152, +387 53 209 621, 209 620; Faks: +387 55 231 176, +387 53 209 622
www.spu.ba info@spu.ba

SLOBOMIR P UNIVERZITET

PREDMET:	STRATEGIJSKI MENADŽMENT	
Fakultet(i):	Fakultet za ekonomiju i menadžment Poreska akademija	
Akadska:	2014/2015	
Nastavnik:	prof. dr Mile Vasić	
E-mail:	vasic.mile@gmail.com	
Tel:	053/209-621	
Web:	www.vasic.info http://e-learn.fem.spu.ba	
Konsultacije:	Utorak, 9.30 – 10.30, Rektorat (Doboj) Srijeda, 11.30 – 12.30, Rektorat (Slobomir)	
Saradnik:	Adisa Mahmutagić	
E-mail:	adisa_skiljo@hotmail.com ; adisa.skiljo@spu.ba	
Tel:	+387/53 209 634	
Konsultacije:	Ponedjeljak, 10 - 11, Kancelarija br. 22 (Doboj) Četvrtak, , 12.30 – 13.30, Kancelarija br. 319 (Slobomir)	
Obavezna literatura:	Coulter, Mary: <i>Strategijski menadžment na djelu</i> , Data status, Beograd, 2011.	
Dodatna literatura:	Todorović, Jovan: <i>Strategijski i operativni menadžment</i> , Conzit, Beograd, 2003.	
Nastava:	PREDAVANJA	VJEŽBE
<i>Doboj</i>	Utorak: 08.30 – 11.00	Ponedjeljak: 11.30 – 14.00
<i>Slobomir</i>	Srijeda: 08.30 – 11.00	Četvrtak: 14.00 – 17.00

1. PREGLED AKTIVNOSTI

Tabela 1: Plan rada na predavanjima

Nedjelja	Plan rada
03.03.	Uvodna studija slučaja
10.03.	Pojam menadžmenta
17.03.	Pojam strategijskog menadžmenta
24.03.	Kontekst strategijskog upravljanja
31.03.	Procjena šansi i opasnosti-eksterna analiza
07.04.	Analiza snaga i slabosti-interna analiza
14.04.	Funkcionalne strategije
21.04.	Korporativne strategije
28.04.	Konkurentske strategije
05.05.	Međunarodne strategije
12.05.	Analiza studije slučaja
19.05.	Analiza studije slučaja
26.05.	Seminarski radovi
02.06.	Obrana seminarskih radova
09.06.	Prezentacija studije slučaja

Tabela 2: Raspored pismenih parcijalnih provjera znanja

Parcijalna provjera znanja	Planirani termin
I pismena parcijalna provjera znanja	21.04.2015.
II pismena parcijalna provjera znanja	26.05.2015.

Tabela 3: Struktura ocjene

Aktivnosti	Bodovi	Datum
Pismena parcijalna provjera I	30	21.04.2015.
Pismena parcijalna provjera II	30	26.05.2015.
Prisustvo i aktivnost na nastavi (analiza studije slučaja)	5 + 15	U toku nastave
Studija slučaja – analiza i prezentacija	10	12.05. – 09.06.
Seminarski rad	5	02.06.
Usmeni ispit	-	-
Prisustvo i aktivnost na vježbama	5	U toku nastave

- **Uspješno savladanom parcijalnom provjerom znanja** (bodovi ostvareni polaganjem parcijalne provjere znanja) **smatra se kada student osvoji najmanje 50% bodova od maksimalnog broja bodova koje nosi parcijalna provjera znanja.**
- **Studenti su obavezni prisustovati predavanjima i vježbama.** Studenti koji ukupno izostanu više od tri puta sa predavanja ili vježbi, gube pravo na bodove predviđene za ove aktivnosti (20 za predavanja i 5 za vježbe), te konačna ocjene nakon položenog ispita, čak i ako osvoje sve bodove, može biti maksimalno 7.
- **Studenti su obavezni učestvovati u timu za analizu i prezentaciju studije slučaja.** Studenti koji ne budu učestvovali gube pravo na bodove predviđene za ove aktivnosti (10 bodova) kao i pravo na upis ocjene do ispunjenja ove predispitne obaveze.
- **Studenti koji ne polože uspješno i pismenu parcijalnu provjeru znanja** (minimalno 50% od ukupnog broja bodova) imaju pravo da pristupe drugoj parcijalnoj provjeri s tim što u toku drugog kolokvija dobijaju dodatna pitanja (iz prvog dijela gradiva) i dodatno vrijeme za njihovu izradu.
- **Studenti koji ne polože parcijalne provjere znanja,** ispit polažu integralno u redovnim ispitnim rokovima.

Tabela 4. Skala ocjenjivanja

Broj bodova	Ocjena
10 (deset)	91-100
9 (devet)	81-90
8 (osam)	71-80
7 (sedam)	61-70
6 (šest)	51-60

2. PROVJERA ZNANJA

- Pismena parcijalna provjera znanja sadrži 10 – 15 pitanja.
- Vrijeme za izradu testa – 45 minuta.
- Provjera znanja se provodi u grupama. Raspored grupa za polaganje ispita objaviće se na oglasnoj tabli i sajtu Univerziteta najkasnije 7 dana prije održavanja pismene parcijalne provjere znanja.
- Pravo pristupa prvoj parcijalnoj provjeri znanja imaju svi studenti po naprijed navedenom kriterijumu.

3. UPUTSTVO ZA IZRADU SEMINARSKOG RADA:

Seminarski rad je rad samostalnog istraživanja.

- Seminarski rad mora sadržavati 15 - 20 stranica rada (ne uključujući naslovnu stranicu, sadržaj i izvor literature).
- Ukoliko se utvrdi da je student koristio nelegalan sredstva pri izradi rada trajno gubi pravo na predaju rada i zabranjuje mu se izlazak na ispit na 3 (tri) naredna ispitna roka.
- Tekst mora biti napisan fontom Times New Roman. Prored teksta 1.0 Font 12.0
- Seminarski rad mora biti predat predmetnom asistentu najkasnije do 27.05.2015. godine, ukoliko student želi da ostvari pravo na bodove za izradu seminarskog rada.
- Termine za prezentaciju seminarskog rada određiće zaduženi asistent.
- Studenti koji ne predaju rad do predviđenog termina neće imati mogućnost naknadne predaje rada.
- U slučaju da se ustanovi da su dva ili više studenta predali isti rad, studentim će se oduzeti 10 bodova od ukupno ostvarenog broja bodova na kraju semestra.

3.1. OSNOVNI ELEMENTI SEMINARSKOG RADA

- Naslovna stranica,
- Predgovor,
- Sadržaj,
- Uvod,
- Razrada teme,
- Zaključak,
- Literatura.

Na kraju rada obavezno navedite spisak radova, članaka, časopisa, knjiga, publikacija i internet adresa (sa datumom i vremenom preuzimanja) koje ste koristili ili se na njih pozivate u radu.

Svaka odrednica koja se nalazi u radu obavezno treba da sadrži:

- Ime i prezime autora,
- Naziv djela,
- Izdavač,
- Mjesto,
- Godina izdanja.

Na primjer:

Vasić, M: *Menadžment – principi i koncepti*, Slobomir P Univerzitet, Slobomir, 2015.

Svaka odrednica koja se odnosi na članak obavezno treba da sadrži:

- Ime autora,
- Naziv članka,
- Naziv časopisa,
- Izdavača,
- Mjesto;
- Godina;
- Broj časopisa,
- Strane na kojima se nalazi dati članak u časopisu.

Na primjer:

Vasić, M: *How do we manage people: Case of Republic of Srpska and Bosnia & Herzegovina*, SEER – South East Europe Review for Labour and Social Affairs, European Trade Union Institute, Brussels, Belgium, 2009, issue: 01/2009, pages: 127-144.

3.2. PRIMJER NASLOVNE STRANE SEMINARSKOG RADA

**SLOBOMIR P UNIVERZITET
FAKULTET ZA EKONOMIJU I MENADŽMENT**

SEMINARSKI RAD
Eksterna analiza

Mentor: prof. dr Mile Vasić

Marko Marković 001/001

Doboj, mart 2015.

3.3. SPISAK STUDENTA I TEMA ZA SEMINARSKE RADOVE

(Studenti su obavezni pridržavati se zadate teme)

Redni broj	Broj index-a	Naziv teme
1.		Značaj strategijskog upravljanja za poslovanje organizacije
2.		Eksterna analiza
3.		Interna analiza
4.		Uloga informacijskih tehnologija u strategijskom menadžmentu
5.		Funkcionalne strategije
6.		Konkurentske strategije
7.		Korporativne strategije
8.		Međunarodne strategije
9.		Strategijska perspektiva menadžmenta ljudskih resursa
10.		Pojam, svrhe i karakteristike razvojne strategije
11.		Strategijski menadžment u organizaciji „XYZ“
12.		Društveno-ekonomske implikacije rasta preduzeća
13.		Formulisanje razvojne politike
14.		Implementacija i kontrola strategija
15.		Koncepti i tehnike za strategijski menadžment
16.		Zakon o zanatsko-preduzetničkoj djelatnosti
17.		Zakon o provrednim društvima
18.		Organizacione promene i otpori promenama
19.		Timovi i timski rad
20.		Upravljanje ljudskim resursima u međunarodnom okruženju
21.		Strategijski menadžment u proizvodnim preduzećima
22.		Strategijski menadžment u uslužnim djelatnostima
23.		Strategijski menadžment u javnom sektoru
24.		Strategijski menadžment u neprofitnom sektoru
25.		Strategije rasta i razvoja preduzeća

ISPITNA PITANJA PRVA PARCIJALNA PROVJERA ZNANJA

1. Šta je to strategija?
2. Šta je to strateški menadžment?
3. Opišite proces strateškog menadžmenta.
4. Šta spada u situacionu analizu?
5. Opišite različite tipove strategija.
6. Opišite dva nivoa angažovanja upravnog odbora u procesu strateškog menadžmenta.
7. Kakvu ulogu imaju top menadžeri u procesu strateškog menadžmenta?
8. Nabrojte pet ključnih parametara strateškog liderstva.
9. Koja je uloga zaposlenih u strateškom upravljanju?
10. Navedite pozitivne i negativne strane globalizacije.
11. Kakvu ulogu igra WTO u procesu globalizacije?
12. Šta se podrazumijeva pod korporativnim upravljanjem?
13. Šta je to e-poslovanje, e-trgovina i navedite tri pristupa e-poslovanju.
14. Šta je to konkurentna prednost i zbog čega je ona bitna?
15. Opišite glavne stavove gledišta IO.
16. Opišite glavne stavove gledišta zasnovanog na resursima.
17. Šta čini neki resurs jedinstvenim?
18. Opišite glavne stavove *gerila* gledišta.
19. Zbog čega su sva tri gledišta bitna za razumijevanje konkurentne prednosti?
20. Opišite tri glavna pokretačka faktora novog poslovnog okruženja.
21. kako informaciona revolucija utiče na kontekst strateškog poslovanja?
22. Šta je tehnologija a šta inovacija?
23. Dajte definiciju organizacione promjene?
24. Kakvu ulogu igraju agenti promjena u strateškom poslovanju?
25. U čemu je razlika između kreativnosti i inovativnosti?
26. Šta je to vizija a šta misija?
27. Šta je korporativna društvena odgovornost?
28. Ko su stejkholderi i zbog čega su oni bitni za strateško upravljanje?
29. Šta je to etika i zašto je bitna donosiocima odluka?
30. objasnite važnost organizacionog učenja za strateško upravljanje.
31. Šta je eksterna analiza i šta se na osnovu nje može zaključiti?
32. Šta je neizvjesnost okruženja i kakvu ulogu igra u eksternoj analizi?
33. Šta je okruženje a šta specifično okruženje?
34. Šta je privredna grana?
35. Šta je strateška grupa i kako se uklapa u koncept postojećih konkurenata?
36. Šta kupce čini moćnima?
37. Šta dobavljačima daje kontrolu?
38. Šta spada u faktore demografskog sektora?
39. Šta spada u faktore političko-pravnog sektora?
40. Nabrojte neke od prednosti sprovođenja eksterne analize?
41. Šta je interna analiza?
42. U čemu se interna analiza razlikuje od eksterne?
43. U čemu se ogleda vrijednost resursa za organizaciju?
44. Šta su kapaciteti?
45. Šta su djelimični kapaciteti

46. Šta su ključne kompetencije?
47. Šta se dobija analizom lanca vrijednosti?
48. Šta je interna revizija i čime se ona bavi?
49. Šta su organizacioni ciljevi?
50. Zbog čega je interna analiza značajan dio strategijskog upravljanja?

DRUGA PARCIJALNA PROVJERA ZNANJA

1. Kako se funkcionalne strategije uklapaju u prioces strategijskog menadžmenta?
2. Šta se dešava nakon što se obavi SWOT analiza?
3. Šta su to funkcionalne strategije?
4. Na koja su tri funkcionalna polja djelovanja organizacije upućene?
5. Šta je proizvodnja?
6. Šta je marketing?
7. Koja su dva najveća faktora u marketingu?
8. Koja je svrha marketing strategija?
9. Koje vrste marketing strategija postoje?
10. Koje vrste strategija ljudskih resursa postoje?
11. Šta je informacioni sistem?
12. Koje su to dvije strategijske odluke koje se tiču informacionog sistema jedne organizacije.
13. Kojo svrsi služi finansijsko-računovodstveni sistem?
14. Kako se funkcionalne strategije implementiraju?
15. Zbog čega je bitna evaluacija funkcionalnih strategija?
16. Definišite konkurenciju.
17. Šta je to konkurentska prednost?
18. Šta je to konkurentska strategija?
19. Objasnite Porterove konkurentske strategije.
20. Koje su prednosti i nedostaci strategijskog fokusa?
21. Šta integrisanu strategiju niskih troškova i diferencijacije čini izvodoljivom?
22. Zbog čega je implemantacija strategije kritična?
23. Šta su to ofanzivni a šta defanzivni potezi?
24. Šta je korporativna strategija?
25. Kako je korporativna strategija povezana sa ostalim organizacionim strategijama?
26. Nabrojte tri strategijska pravac djelovanja.
27. Definišite strategiju rasta.
28. Šta je to strategija vertikalne integracije?
29. Šta je strategija diversifikacije?
30. Šta je merdžer a šta akvizicija?
31. Šta je interni razvoj?
32. Šta je strategijsko partnerstvo?
33. Opišite tri tipa strategijskog partnerstva.
34. Šta je strategija stabilnosti?
35. Šta je strategija oporavka preduzeća?
36. Opišite sve načine restrukturiranja organizacije.
37. Objasnite likvidaciju i stečaj.
38. Šta je benčmarking?

39. Od čega se sastoji portfolio organizacije?
40. Opišite političko pravni, ekonomski i kulturološki aspekt međunarodnog okruženja.
41. Objasnite koncept početničke firme globalnog karaktera?
42. Navedite u čemu se preduzetnički poduhvati razlikuju od malih biznisa.
43. Šta je kreativna destrukcija?
44. Šta je neprofitna organizacija?
45. Da li su NPO potrebi izvori prihoda?
46. Opišite izvore prihoda NPO.
47. Šta su organizacije javnog sektora?
48. Objasnite koncept marketinga vezanog za društveni cilj.
49. Navedite tri tipa marketinških alijansi NPO.
50. Šta je strategijski *piggybacking* i koje su prednosti i nedostaci tog poslovnog principa