

Šifra predmeta: MAN411	Naziv predmeta: STRATEŠKA ANALIZA PREDUZEĆA		
Nivo: II ciklus studija	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 6
Status: Obavazan			Ukupan broj sati: 30
1. CILJ PREDMETA	Cilj predmeta Stratejske analize preduzeća jeste da osposobi studente da mogu jasno razlikovati resursno usmjerni koncept od tržišnog koncepta u strateškom menadžmentu. Tržišno orijentisani koncept je usmjeren na objašnjenje konkurentskih prednosti preduzeća preko eksternih tržišnih uslova i ponašanja poslovnog subjekta u tom okruženju. Za razliku od ovog koncepta prema resursno usmjernom konceptu konkurentske prednosti i dugoročni usjeh preduzeća nisu determinisani tržišnom strukturom već raspoloživošću specifičnih resursa i sposobnošću preduzeća da te rasurse koristi.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Uvod u predmet Strateška analiza preduzeća 2. Priroda konkurentskih prednosti preduzeća 3. Temelji konkurenstkih prednosti preduzeća 4. Analiza okoline 5. Analiza preduzeća 6. Analiza strateških faktora 7. Strateške opcije 8. Preporučena strategija 9. Implementacija 10. Evaluacija i kontrola		
1.2. Rezultati učenja	Sposobnost identifikacije konkurentskih prednosti preduzaća i odabira strategije bazirane na tim prednostima		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. prezentacije 3. gosti predavači 4. vježbe 5. samotestiranja kroz različite l. pristupe		35% 10% 10% 35% 10%
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. Aktivno učešće na časovima predavanja 2. Aktivno učešće na časovima vježbi 3. Zadaće 4. Midterm 5. Finalni ispit		5% 5% 5% 35% 50%
3. LITERATURA	1. dr. Darko Tipurić: Strateški audit poduzeća, Ekonomski fakultet Zagreb 2. dr. Zijada Rahimić: Izgradnja konkurentskih prednosti preduzaća kroz njegova strateška opredjeljenja, Ekonmski fakultet u Sarajevu, Sarajevo, 2006 3. Thompson, A.A. Jr., Strickland A.J. III i Gamble, J.E., "Strateški menadžment: u potrazi za konkurentskom prednošću". IV izdanje. MATE 2006.. Zagreb		