

Šifra predmeta: BUS203	Naziv predmeta: STRATEŠKI MENADŽMENT		
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: II	Semestar: III	Broj ECTS kredita: 5
Status: zajednički obavezni	Broj sati sedmično: 5		Ukupan broj sati: 75
1. CILJ PREDMETA	Koncept predmeta Strateški menadžment bazira na stavu da je profitabilnost predominantno određena njegovim strateškim opredjeljenjem. Pri tome treba imati u vidu činjenicu da je izbor strategije preduzeća podjednako važno pitanje za svako preduzeće nezavisno da li se ono nalazi u profitabilnom ili gubitničkom poslu. Cilj predmeta Strateški menadžment jeste izučavanje procesa definisanja strategije preduzeća.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Uvod u Strateški menadžment 2. Strateško planiranje 3. Adidžesova metodologija odlučivanja 4. Stakeholderi i misija preduzeća 5. Analiza vanjskog okruženja 6. Analiza internih faktora 7. Izgradnja konkurentnosti kroz funkcionalni nivo strategije 8. Strategije na nivou strateške poslovne jedinice 9. Strategije na nivou multidivizionog preduzeća 10. Koncept portfolio menadžmenta 11. Implementacija strategije 12. Dizjaniranje organizacione strukture u funkciji implementacije strategije 13. Sistem strateške kontrole		
1.2. Rezultati učenja	Predmet Strateškog menadžmenta bazira na stavu da je strategija preduzeća razumljiva, ciljno usmjerena aktivnost koja se ostvaruje, prije svega kroz pragmatično strateško razmišljanje. Shodno ovome, studenti će biti u prilici da pored sticanja najnovijih teorijskih saznanja, ovaj predmet uče i kroz studije slučajeva iz domaće prakse što će u krajnjem rezultirati njihovom strateškom razmišljanju.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
	Opis aktivnosti		(%)
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. prezentacije 3. gosti predavači 4. vježbe	35% 25% 10% 30%	
	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. Dževad Šehić: Strateški menadžment, Slovo, Mostar, 2002 2. Michael E. Porter: On Competition, A Harvard Business Review Book, 1998 3. Gary Hamel; C.K. Prahalad: Competing for Future, Harvard Business School Press, 1996 4. B. Joseph Pine II: Mass Customization, Harvard Business School Press, 1999		