

<b>Šifra predmeta: MAN209</b>		<b>Naziv predmeta: STRATEŠKI MENADŽMENT</b>	
<b>Nivo: Prvi ciklus</b>	<b>Godina: II</b>	<b>Semestar: IV</b>	<b>Broj ECTS kredita:5</b>
<b>Status: zajednički obavezni predmet</b>			<b>Ukupan broj sati: 75</b>
<b>Cilj predmeta:</b>	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.		
<b>Sadržaj:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvod u Strateški menadžment</li> <li>2. Savremeni koncepti u strateškom menadžmentu</li> <li>3. Uloga lidera u strateškom menadžmentu</li> <li>4. Strateško planiranje</li> <li>5. Adidžesova metodologija odlučivanja</li> <li>6. Stakeholderi i misija preduzeća</li> <li>7. Analiza vanjskog okruženja</li> <li>8. Analiza internih faktora</li> <li>9. Izgradnja konkurentnosti kroz funkcionalni nivo strategije</li> <li>10. Strategije na nivou strateške poslovne jedinice</li> <li>11. Strategije na nivou multidivizionog preduzeća</li> <li>12. Koncept portfolio menadžmenta</li> <li>13. Implementacija strategije</li> <li>14. Dizajniranje organizacione strukture u funkciji implementacije strategije</li> <li>15. Sistem strateške kontrole</li> </ol>		
<b>Ishodi učenja:</b>	<p>Nakon uspješnog završetka studijskog programa, student/studentica će moći:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kritički promišljati o značaju strateške orijentacije;</li> <li>▪ analizirati i kritički promišljati o koncepciji temeljnih oslonaca konkurentskih prednosti i izvora konkurentskih prednosti;</li> <li>▪ razumjeti i interpretirati vezu između temeljnih oslonaca konkurentskih prednosti, generičkih strategija troškovnog vodstva, diferencijacije i fokusiranja i korporativnih strategija;</li> <li>▪ spoznati i analizirati interakciju između implementacije strateških opredjeljenja i organizacijske strukture;</li> <li>▪ kreirati strateški plan za konkretnu kompaniju.</li> </ul>		
<b>Nastavne metode:</b>	ex katedra prezentacije gostujući predavači vježbe	35% 25% 10% 30%	
<b>Načini provjere znanja:</b>	pregled literature midterm test finalni test	15% 35% 50%	
<b>Literatura:</b>	<p><u>Obavezna</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dževad Šehić: Strateški menadžment, Slovo, Mostar, 2002</li> </ol> <p><u>Dopunska</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gary Hamel, „Budućnost menadžmenta“ MATE Zagreb, 2009.</li> <li>2. Dževad Šehić i Adisa Delić „Strateški menadžment i organizacijska efektivnost, Off-Set Tuzla, 2012.</li> <li>3. Michael Porter, „On Competition“, A Harvard Business Review Book, 1998.</li> <li>4. Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones i Melissa A. Schilling, „Strategic Management: Theory and Cases – An Integrated Approach“, Cengage Learning, 11th edition, 2014.</li> </ol>		