

# STRATEGIJSKI MENADŽMENT

## ISPITNA PITANJA

VAŽEĆA OD JUNA 2019. GODINE (za sve generacije studenata)

### I DEO

1. Od menadžmenta do strategijskog menadžmenta (D.Đ. strana 215.)
2. Konvencionalni menadžment (D.Đ. 218)
3. Strategijski kontroling (D.Đ. 221)
4. Menadžment vrednosti (D.Đ. 224)
5. Nova metrika poslovnog uspeha (D.Đ. 226)
6. Menadžment zasnovan na vrednosti: bitni odnosi (D.Đ. 230)
7. Proces menadžmenta vrednosti (D.Đ. 233)
8. Strategijski menadžment i primeri uspešnih strategija (D.Đ. 251; D.Đ. 255)
9. Alternativni modeli strategijskog menadžmenta (D.Đ. 259-261)
10. Analiza opšteg okruženja (D.Đ. 313)
11. Privredni ciklus (D.Đ. 316)
12. PEST analiza (D.Đ. 321)
13. Matrica šansi i opasnosti (D.Đ. 324)
14. SWOT analiza (D.Đ. 326)
15. Grana i granska konkurencija (D.Đ. 332)
16. Konkurentske sile (D.Đ. 337)
17. Strategijske grupe (D.Đ. 339)
18. Kriva iskustva (učenja) (D.Đ. 341) i primer (B.P. – Planovi 48)
19. Portfolio koncept: Portfolio model *BCG* (D.Đ. 347)
20. Portfolio model *McKinsey/General Electric* (D.Đ. 352)
21. Poređenje (*Benchmarking*) (D.Đ. 354)
22. *Benchmarking*: Vrste poređenja (D.Đ. 357)
23. *Benchmarking*: Proces poređenja (D.Đ. 360)
24. Lanac vrednosti (D.Đ. 366)
25. Pogled na preduzeće baziran na resursima (D.Đ. 370)
26. Koncept jezgra kompetentnosti (D.Đ. 373)
27. PIMS program (D.Đ. 376)
28. Rezultati istraživanja PIMS programa (D.Đ. 376)
29. Moguće strategije rasta (D.Đ. 395)
30. Strategija penetracije tržišta (D.Đ. 397)
31. Strategija razvoja tržišta (D.Đ. 399)
32. Strategija razvoja proizvoda (D.Đ. 400)
33. Pojam, motivi i kontekst diversifikacije (D.Đ. 403)
34. Strategija povezane diversifikacije: Strategijska opcija horizontalne diversifikacije (D.Đ. 407)
35. Strategija povezane diversifikacije: Strategijska opcija vertikalne diversifikacije (D.Đ. 409)
36. Strategija nepovezane diversifikacije (D.Đ. 412)
37. Stepenn povezanosti i kombinacija strategija diversifikacije (D.Đ. 413)
38. Sinergija (D.Đ. 414)
39. Strategija postepenog rasta (D.Đ. 421)
40. Strategija pauze (D.Đ. 422)
41. Strategija održivog rasta (D.Đ. 422)
42. Strategija žetve (D.Đ. 423)
43. Strategija zaokreta (D.Đ. 424)
44. Strategija dezinvestiranja (D.Đ. 425)
45. Strategija dobrovoljne likvidacije (D.Đ. 426)
46. Stečaj (D.Đ. 426)
47. Generičke strategije za nivo biznisa (D.Đ. 429)
48. Strategija niskih troškova (D.Đ. 430)
49. Strategija diferenciranja (D.Đ. 433)
50. Strategije fokusiranja (D.Đ. 435)
51. Metod rasta (D.Đ. 439)
52. Organski rast (D.Đ. 441)
53. Merdžeri i akvizicije (D.Đ. 443)
54. Strategijske alijanse (D.Đ. 445)
55. Pojmovi pionirstva, pionira i sledbenika (D.Đ. 449)
56. Prednosti i rizici strategije pionira i strategije sledbenika (D.Đ. 450)
57. Uslovi za primenu strategije pionira i sledbenika (D.Đ. 453)
58. Strategije tržišnih lidera (D.Đ. 455)
59. Strategije tržišnih izazivača (D.Đ. 458)
60. Strategije tržišnih pratilaca i nišera (D.Đ. 459)
61. Pojam i vrste investicija (D.Đ. 462)
62. Upravljanje investicijama (B.P. 414)
63. Analiza rizika u investicionim projektima (D.Đ. 484 i B.P. 404-405)
64. Stopa održivog rasta (D.Đ. 492)
65. Odnos stvarne stope rasta i održive stope rasta (D.Đ. 494)
66. Prikupljanje sredstava (D.Đ. 498)

**II DEO**

67. Vrednosni imperativ (D.Đ. 524)
68. Primena koncepta menadžmenta zasnovanog na vrednosti na vrednovanje strategije (D.Đ. 528)
69. Vrednovanje opcija (D.Đ. 533)
70. Vrednovanje sinergije (D.Đ. 535)
71. Prevođenje strategije u operativne/taktičke odluke (D.Đ. 547)
72. Ljudski resursi kao faktor konkurentske prednosti (D.Đ. 568)
73. Ljudski kapital (D.Đ. 571)
74. Menadžment ljudskim resursima (D.Đ. 575)
75. Planiranje ljudskih resursa (D.Đ. 576)
76. Regrutovanje (D.Đ. 577)
77. Selekcija (D.Đ. 578)
78. Razvoj i ocena performansi (D.Đ. 580)
79. Sistem kompenzacija zaposlenih (D.Đ. 582)
80. Održavanje efektivnih odnosa između zaposlenih (D.Đ. 584)
81. Uticaj poslovne strategije na strategiju ljudskih resursa (D.Đ. 586)
82. Tehnologija kao strategijski resurs (D.Đ. 596)
83. Portfolio tehnologije (D.Đ. 597)
84. Tehnološka strategija (D.Đ. 602)
85. Uloga fleksibilnosti (D.Đ. 605)
86. Značaj i faze razvoja IT (D.Đ. 606)
87. IT i konkurentska prednost (D.Đ. 608)
88. Istraživanja u preduzeću (B.P. 219)
89. Istraživanja proizvoda (B.P. 221)
90. Novi proizvod – rezultat naučno-istraživačkog rada (B.P. 223)
91. Uloga IiR u poslovnoj strategiji (D.Đ. 616)
92. Vrste strategija IiR (D.Đ. 620)
93. Ocena i selekcija IiR projekata (D.Đ. 628)
94. Ključni marketing koncepti (D.Đ. 634)
95. Kriva životnog ciklusa proizvoda (B.P. 95)
96. Proizvodni program i nužnost njegovih promena (B.P. 243)
97. Metode formiranja cene proizvoda (B.P. 394)
98. Planiranje cene novih proizvoda (B.P. 395)
99. Planiranje i politika promocijnih aktivnosti (B.P. 372)
100. Strategijsko upravljanje proizvodnjom (B.P. 301)
101. Elementi logistike (D.Đ. 672)
102. Kritične veličine zaliha materijala (B.P. 180)
103. Metodi regulisanja zaliha (B.P. 183)

104. Efektivnost logistike: Analiza troškova (D.Đ. 683)
105. Efektivnost logistike: Analiza dodate vrednosti (D.Đ. 685)
106. Pojam i različite dimenzije kvaliteta (D.Đ. 692)
107. Značaj upravljanja kvalitetom (D.Đ. 693)
108. Evolucija upravljanja kvalitetom (D.Đ. 695)
109. Menadžment ukupnog kvaliteta: Elementi koncepta (D.Đ. 703)
110. Efekti i mogućnosti primene Menadžmenta ukupnog kvaliteta (D.Đ. 707)

Pitanja za 1. kolokvijum: 1-23

Pitanja za 2. kolokvijum: 72-93

**Literatura:**

1. *Menadžment i strategija*; Dragan Đurićin, Stevo Janošević, Đorđe Kaličanin; Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd: Čugura Print 2011.
2. *Strategijsko i taktičko planiranje i razvojna politika preduzeća*; Biljana Predić, Niš: SVEN 2007.