

STRATEGIJSKI MENADŽMENT

ISPITNA PITANJA

VAŽEĆA OD JUNA 2022. GODINE (za sve generacije studenata)

I DEO

1. Od menadžmenta do strategijskog menadžmenta (str. 287)
2. Konvencionalni menadžment (str. 290)
3. Strategijski kontroling (str. 294)
4. Menadžment vrednosti (str. 297)
5. Nova metrika poslovnog uspeha (str. 298)
6. Menadžment zasnovan na vrednosti: bitni odnosi (str. 302)
7. Proces menadžmenta vrednosti (str. 306)
8. Strategijski menadžment i primeri uspešnih strategija (str. 325)
9. Alternativni modeli strategijskog menadžmenta (str. 333)
10. Analiza opšteg okruženja (str. 387)
11. Privredni ciklus i indikatori vitalnosti nacionalne ekonomije (str. 397-400 i str. 408)
12. PEST analiza (str. 426)
13. Matrica šansi i opasnosti (str. 428)
14. SWOT analiza (str. 429)
15. Grana i granska konkurencija (str. 436)
16. Konkurentske sile (str. 441)
17. Strategijske grupe (str. 444)
18. Kriva iskustva (str. 445-448)
19. Portfolio koncept: Portfolio model *BCG* (str. 451)
20. Portfolio model *McKinsey/General Electric* (str. 456)
21. Poređenje (*Benchmarking*) (str. 459)
22. *Benchmarking*: Vrste poređenja (str. 462)
23. *Benchmarking*: Proces poređenja (str. 464)
24. Lanac vrednosti (str. 470)
25. Značaj resursa i kompetencija za ostvarivanje konkurentske prednosti (str. 474)
26. VRIO okvir (str. 476)
27. Strategijske implikacije ocene snaga i slabosti (str. 476)
28. PIMS program (str. 479)
29. Rezultati istraživanja PIMS programa (str. 479)
30. Generalne strategije za nivo preduzeća: strategije intenziviranja napora (str. 519)

31. Strategija penetracije tržišta (str. 521)
32. Strategija razvoja tržišta (str. 523)
33. Strategija razvoja proizvoda (str. 524)
34. Pojam i motivi diversifikacije (str. 525-527)
35. Strategija povezane diversifikacije: horizontalna diversifikacija (str. 530)
36. Strategija povezane diversifikacije: vertikalna diversifikacija (str. 532)
37. Strategija nepovezane diversifikacije (str. 535)
38. Stepen diverzifikacije i uticaj „roditeljskog“ pristupa na izbor strategije diverzifikacije (str. 536)
39. Sinergija (str. 538-540)
40. Strategije stabilizacije (str. 550)
41. Strategije povlačenja (str. 552)
42. Generičke strategije za nivo biznisa (str. 559)
43. Strategija niskih troškova (str. 560)
44. Strategija diferenciranja (str. 565)
45. Strategije fokusiranja (str. 568)
46. Metod rasta (str. 571)
47. Organski rast (str. 573)
48. Merđžeri i akvizicije (str. 575)
49. Strategijske alijanse (str. 577)
50. Pojmovi pionirstva, pionira i sledbenika (str. 582)
51. Prednosti i rizici strategije pionira i strategije sledbenika (str. 582)
52. Uslovi za primenu strategije pionira i sledbenika (str. 585)
53. Granske dinamike (str. 586)
54. Ponašanje konkurenata (str. 587)
55. Strategije tržišnih lidera (str. 590)
56. Strategije izazivača (str. 592)
57. Strategije pratilaca i nišera (str. 593)

II DEO

58. Osnovni pojmovi i vrste investicija (str. 596)
59. Stopa održivog rasta (str. 650)
60. Odnos stvarne stope rasta i održive stope rasta (str. 653)
61. Prikupljanje sredstava (str. 657)
62. Vrednosni imperativ (str. 690)
63. Primena koncepta menadžmenta zasnovanog na vrednosti na vrednovanje strategije (str. 694)
64. Vrednovanje opcija (str. 699)
65. Vrednovanje sinergije (str. 701)
66. Strategija kao okvir za operativne i taktičke odluke (str. 722)

67. ICT podrška za organizaciju vođenu strategijom (str. 733)
68. Ljudski resursi kao faktor konkurentske prednosti (str. 758-759)
69. Ljudski kapital (str. 761)
70. Menadžment ljudskim resursima (str. 765)
71. Planiranje ljudskih resursa (str. 767)
72. Rekrutovanje (str. 768)
73. Selekcija (str. 768)
74. Razvoj i ocena performansi (str. 770)
75. Sistem kompenzacija zaposlenih (str. 772)
76. Održavanje efektivnih odnosa između zaposlenih (str. 774)
77. Uticaj poslovne strategije na strategiju ljudskih resursa (str. 776)
78. Pojmovi, odnosi i karakteristike LiR (str. 786)
79. Funkcionalna klasifikacija LiR aktivnosti (str. 787)
80. Životni ciklus LiR (str. 789)
81. LiR kao strategijski izvor (str. 790)
82. Modeli LiR (str. 791)
83. Uloga LiR u poslovnoj strategiji (str. 795)
84. Generičke strategije LiR (str. 797)
85. Portfolio LiR projekata (str. 803)
86. Ključni marketing koncepti (str. 810)
87. Proizvod (str. 813)
88. Cena (str. 818)
89. Mesto prodaje (str. 822)
90. Promocija (str. 826)
91. Strategija proizvoda (str. 834)
92. Strategija proizvodnje (str. 835)
93. Elementi logistike (str. 848)
94. Upravljanje zalihama (str. 850)
95. Efektivnost logistike: Analiza troškova (str. 859)
96. Efektivnost logistike: Analiza dodate vrednosti (str. 862)

Pitanja za 1. kolokvijum: 1-23

Pitanja za 2. kolokvijum: 68-90

Literatura:

Đuričin, D., Kaličanin, Đ., Lončar, D., Vuksanović Herceg, I. (2021 ili 2018). *Menadžment i strategija*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.