

ISPITNA PITANJA IZ PREDMETA STRATEGIJA RASTA I RAZVOJA PREDUZEĆA

I DEO

1. Različiti pristupi definisanju rasta i razvoja preduzeća
2. Razvoj preduzeća kao proces prilagodjavanja
3. Rast kao poboljšanje pozicije
4. Rast i promena veličine preduzeća
5. Razgraničavanje pojmova veličina preduzeća, kapacitet i zaposlenost
6. Interakcija rasta i razvoja preduzeća
7. O pojmu razvoja preduzeća
8. Problemi merenja i klasifikacija merila
9. Količinski (fizički) pokazatelji rasta preduzeća
10. Vrednosni pokazatelji rasta preduzeća i kombinacija merila
11. Neophodnost planiranja rasta preduzeća
12. Motivi za rast
13. Klasifikacija uticajnih faktora (samo po Penrouz i Haberlant)
14. Uticaj subjektivnih faktora na rast preduzeća
15. Kategorizacija faktora koji ograničavaju rast preduzeća
16. Prirodne eksterne barijere za rast preduzeća
17. Veštačke barijere za rast preduzeća
18. Uticaj veličine preduzeća na rast preduzeća
19. Prednosti velikih preduzeća
20. Prednosti velikih preduzeća u oblasti proizvodnje
21. Prednosti velikih preduzeća u oblasti nabavke i u oblasti prodaje
22. Prednosti velikih preduzeća u oblasti finansija i u oblasti istraživanja i razvoja
23. Prednosti velikih preduzeća u oblasti rukovodjenja i ostale prednosti
24. Šta znači malo preduzeće?
25. Ekonomske karakteristike malog preduzeća
26. Šanse za rast malih preduzeća
27. Model evolucije velikih firmi
28. Strategijski značaj planiranja proizvoda za rast preduzeća
29. Ciljevi politike proizvoda
30. Savremeni koncept proizvoda i dimenzije njegovog oblikovanja
31. Hijerarhija proizvoda i dimenzije proizvodnog programa
32. Dosadašnji pokušaji rešavanja pitanja optimalne strukture proizvodnog programa
33. Novije tendencije u orijentaciji proizvodnog programa
34. Oblici politike proizvoda
35. Proizvodni program i pravac rasta
36. Analiza životnog ciklusa proizvoda i analiza starosne strukture programa
37. Analiza strukture prodaje i analiza uspeha
38. Analiza proizvoda prema njihovom doprinosu rastu preduzeća
39. Portfolio analiza
40. Neekonomski kriterijumi u analizi programa i ograničenja pri oblikovanju proizvodnog programa

II DEO

41. Različiti pristupi za utvrđivanje mogućnosti za rast
42. Penetracija tržišta
43. Razvoj tržišta
44. Razvoj proizvoda – domen i značaj
45. Pojam i značaj diverzifikacije
46. Vrste i načini diverzifikacije
47. Eksterni razlozi za diverzifikaciju
48. Interni razlozi za diverzifikaciju
49. Horizontalna diverzifikacija
50. Vertikalna diverzifikacija/integracija
51. Alternativne strategije vertikalne integracije
52. Lateralna diverzifikacija – pojam, vrste i značaj
53. Karakteristike strategija stabilnosti
54. Strategija inkrementalnog rasta
55. Strategija profita (ili žetve)
56. Strategija pauze
57. Strategija održivog rasta
58. Pregled definicija u vezi krize preduzeća
59. Sanacija kao strateški orijentisan proces
60. Strategija ograničavanja poslovanja u uslovima krize
61. Strategija zaokreta
62. Strategija dezinvestiranja
63. Strategija likvidacije
64. Strategija zarobljenog preduzeća
65. Pojam i vrste metoda rasta
66. Izbor metoda rasta
67. Sopstveni razvoj, proizvodnja i prodaja novih proizvoda
68. Uzimanje licenci i Davanje licenci
69. Razlozi za spajanje, pripajanje i otkup preduzeća
70. Akvizicije/merdžeri (knjiga Dr R. Senić-str.521. ili knjiga Dr D. Djuričin-str.322)
71. Formulisanje strateških ciljeva kooperacije (knjiga Dr S. Stefanović)
72. Selekcija strateškog partnera (knjiga Dr S. Stefanović)
73. Izbor oblika strateškog partnerstva (knjiga Dr S. Stefanović)
74. Strateške alijanse kao oblik strateškog partnerstva (knjiga Dr S. Stefanović)
75. Konzorcijumi i mreže alijansi (knjiga Dr S. Stefanović)
76. Zajedničko ulaganje – Joint venture (knjiga Dr S. Stefanović)
77. Poslovne mreže kao oblik strateške kooperacije (knjiga Dr S. Stefanović)
78. Strateške opcije umrežavanja malih i srednjih preduzeća (knjiga Dr S. Stefanović)
79. Virtuelna korporacija (knjiga Dr S. Stefanović)
80. Značaj formulisanja strategije internacionalizacije poslovanja preduzeća (knjiga Dr S. Stefanović)
81. Poslovna orijentacija preduzeća na međunarodnom tržištu (knjiga Dr R. Senić, str. 494.)

82. Izbor konfiguracije strategije internacionalizacije (knjiga Dr S. Stefanović)
83. Izbor modela ulaska na međunarodno tržište (knjiga Dr S. Stefanović)
84. Nevlasnički modeli ulaska na međunarodno tržište (knjiga Dr S. Stefanović)
85. Vlasnički modeli ulaska na međunarodno tržište (knjiga Dr S. Stefanović)
86. Joint venture kao model ulaska na strano tržište (knjiga Dr S. Stefanović)
87. Strategijske alijanse kao model ulaska na strano tržište (knjiga Dr S. Stefanović)
88. Modeli ulaska u punom vlasništvu (Greenfield investicije, akvizicije) (knjiga Dr S. Stefanović)
89. Strategije ulaska na strano tržište i izbor modela ulaska (knjiga Dr S. Stefanović)
90. Strategije ulaska malih i srednjih preduzeća na internacionalno tržište (knjiga Dr S. Stefanović)

Preporučena literatura za pripremanje ispita:

Osnovna:

1. Senić, R., *Upravljanje rastom i razvojem preduzeća*, Savremena administracija, Beograd, 1993.
2. Stefanović, S., *Strateška partnerstva u uslovima globalizacije poslovanja*, Ekonomski fakultet Niš, 2010.

Dopunska:

3. Djuričin, D., Janošević, S., Kaličanin, Dj., *Strategija i menadžment*, Ekonomski fakultet Beograd, 2011.
4. A. J. Thompson, J. E. Strickland III, Gamble, *Strateški menadžment*, Mate Zagreb, 2008.
5. G. G. Dess, G. T. Lumpkin, A. B. Elsner, *Strategijski menadžment*, Data Status Beograd, 2007.

Kolokvijumi:

I kolokvijum – pitanja: 1-27.

II kolokvijum – pitanja: 41-64.