

**ДОКУМЕНТАЦИЈА ЗА АКРЕДИТАЦИЈУ СТУДИЈСКОГ ПРОГРАМА  
ПРВОГ СТЕПЕНА ВИСОКОГ ОБРАЗОВАЊА**

**Стандард 5: Курикулум**

**Табела 5.2.** Спецификација предмета  
– Шифра: ОС-431

Студијски програм/студијски програми: Трговина			
Врста и ниво студија: Студије првог степена - Основне академске студије			
Назив предмета: <b>Стратегијске конкурентске предности</b>			
Наставник (Презиме, средње слово, име): <b>Горан М. Вукмировић</b>			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: није постављен			
<b>Циљ предмета</b>			
Изазов стратегијског менаџмента трговинских компанија јесте разумети комплексност проблематике са којом се трговинске компаније суочавају у покушају остваривања дугорочног успеха свог пословања на изузетно конкурентном тржишту данашњице и на основу тога развити и константно усавршавати способности неопходне за улазак и опстанак на њему. Предмет је намењен да студенту предочи неопходност изучавања стратегијског менаџмента у контексту трговинских предузећа у смислу његове стратешке позиције, избора у будућим тржишним наступима, као и начина на које се изабране стратегије имплементирају. Током наставног процеса, студент ће бити у могућности да уочи јасну разлику између предности примене стратегијског менаџмента заснованог на конкурентским предностима, конвергенцију и дивергенцију са осталим аспектима ланца вредности.			
<b>Исход предмета</b>			
Студенти ће на основу стечених знања у наставном процесу добити могућност да буду оспособљени за примену истих у практичним проблемима везаним за изградњу успешне стратегије предузећа засноване на конкурентским предностима.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Полазне основе и перспективе предмета студентима омогућују усвајање знања неопходних за креирање стратегијског наступа предузећа на тржишту. Исходиште предмета почива у анализи основних вредности расположивих ресурса предузећа и њиховог комбиновања у циљу остваривања жељене тржишне позиције и потврђивања трајних конкурентских предности у односу на конкуренцију, а које ће бити признате од стране потрошача. Фокус је на стварању додатне вредности у тржишном наступу кроз генеричке стратегије.			
<i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i>			
Решавање студије случаја.			
<b>Литература</b>			
Портер М. (2007) <i>Конкурентске предности</i> , ASEE, Novi Sad			
Калинић В. (2004) <i>Стратегијски менаџмент</i> , Меркур, Суботица			
<b>Број часова активне наставе у 7. семестру</b>			Остали часови
Предавања: <b>45</b>	Вежбе: <b>45</b>	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
<b>Методe извођења наставе</b>			
- Предавања, вежбе, консултације, дискусије, практични примери – студије случаја			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>Поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	10	писмени испит	-
практична настава	-	усмени испит	30
колоквијум-и	50		
семинар-и	10		
	<b>СВЕГА</b>	<b>70</b>	<b>30</b>