

**OKVIRNA PITANJA ZA 1. KOLOKVIJUM
IZ PREDMETA STRATEGIJSKE KONKURENTSKE PREDNOSTI**

Kratka pitanja:

1. Objasnite promene u okruženju poslovnog subjekta (slika 3, str. 7)
2. Objasnite diferencijaciju učinaka (str. 7)
3. Objasnite putokaze strategijskog planiranja (str. 10)
4. Nacrtajte Komponovanje strategijskog menadžmenta (slika 6, str. 13)
5. Navedite bazične pojmove strategijskog planiranja (str. 27)
6. Nacrtajte sliku Komparacija strategijskog i operativnog planiranja (slika 9, str. 28)
7. Navedite integralne komponente sistema planiranja (str. 34)
8. Navedite i objasnite nivoe i nosioce planiranja (str. 35)
9. Objasnite vremensku, horizontalnu i vertikalnu koordinaciju planiranja (str. 38)
10. Nacrtajte Hijerarhijsku strukturu sistema ciljeva (slika 14, str. 40)
11. Navedite ciljeve poslovnog subjekta (str. 40)
12. Objasnite Profitabilnost uloženog kapitala (str. 41)
13. Navedite i objasnite funkcije definisanja ciljeva (str. 42)
14. Objasnite razliku između strategijskog poslovnog polja i strategijske poslovne jedinice (str. 88)
15. Definišite konkurentsku strategiju i navedite na čemu se njen izbor zasniva (str. 21)
16. Pet faktora konkurentnosti koji određuju profitabilnost privrednog sistema (slika 1.1, str. 24)
17. Na koji način struktura privrednog segmenta određuje brzinu kojom će konkurenti povećavati ponudu ili povlačiti višak ponude (str. 29)
18. Generičke konkurentne strategije (slika 1.3, str. 31)
19. Neopredeljena preduzeća (str. 35)
20. Zbog čega istovremeno postizanje liderstva u troškovima i diferencijaciji često nije moguće (str. 37)
21. Uslovi primene dve strategije (str. 37)
22. Rizici generičkih strategija (tabela 1.1, str. 40)
23. Način na koji veza između generičke strategije i organizacije utiče na diverzifikovanu firmu (str. 43)
24. Objasnite kategorizaciju poslovnih jedinica po sistemu „izgradnja-očuvanje-povlačenje“ (str. 44)
25. Definicija sistema vrednosti (str. 51)
26. Vrste aktivnosti (str. 61)
27. Kriterijumi podele generičkog lanca vrednosti (str. 62)
28. Objasnite načine na koje veze mogu da stvore konkurentsku prednost (str. 65)
29. Objasnite vrednost koja se za kupca stvara na osnovu uticaja firme na njegov lanac vrednosti (str. 69)
30. Objasnite uticaj konkurentnog obima na konkurentsku prednost (str. 70)

Lekcijska pitanja:

1. Tehnika istraživanja tržišne profitabilnosti strategijskih alternativa (TITPU) (str. 67-71)
2. Životni ciklus učinka (str. 71-75)
3. Tehnika krive iskustva (str. 75-78)
4. Portfolio primeren aktuelnoj stvarnosti (str. 80-82)
5. Portfolio rast tržišta – tržišni udeo (str. 89-91)
6. Portfolio atraktivnost tržišnog segmenta – konkurentna prednost (str. 90-94)
7. Portfolio konkurentna pozicija – životni ciklus tržišta (str. 94-96)
8. Portfolio poslovno polje učinak – resursi (str. 96-98)
9. Portfolio tehnologije (str. 97-99)
10. Lanac vrednosti (str. 53-57)
11. Osnovne aktivnosti (str. 57-58)
12. Pomoćne aktivnosti (str. 58-61)
13. Definisane lanca vrednosti (str. 62-65)
14. Vertikalne veze (str. 67-69)