

Студијски програм: Мрежно и софтверско инжењерство
Врста и ниво студија: Мастер струковне студије, други степен
Назив предмета: Корпоративна стратегија
Статус предмета :изборни
Број ЕСПБ: 6
Услов: нема
Циљ предмета
Упознавање са вештинама стварања вредности за купца, односно обезбеђења конкурентске предности на тржишту. Оспособљавање студената да анализирају шансе и опасности из окружења, исте доводе у везу са могућностима и слабостима предузећа и на тај начин дефинишу могуће правце развоја предузећа.
Исход предмета:
Студенти ће након одслушаног предмета моћи да сагледају конкурентске предности, да дефинишу начин спровођења различитих пословних стратегија као и да изврше избор оптималне стратегије.
Садржај предмета:
<i>Теоријска настава</i> Принципи конкурентске предности: Ланац вредности и конкурентска предност. Трошковна предност. Диференцијација. Технологија и конкурентска предност. Селекција конкурената. Конкурентни обим у оквиру делатности: Сегментација привредне гране и конкурентска предност. Супституција. Корпоративна стратегија и конкурентска предност: Међусобни односи пословних јединица. Хоризонталана стратегија. Успостављење међусобних односа. Комплементарни производи и конкурентска предност. Импликације за офанзивну и дефанзивну стратегију: Сценарији делатности и конкурентна стратегија у случају неизвесности. Дефанзивна стратегија. Напад на лидера у привредном сегменту. <i>Практична настава</i> (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад) Разрада теоријског градива. Анализа конкретних компанија и израда самосталног рада на бази стеченог знања из разматране области.
Литература
М. Е. Портер, <i>Конкурентска предност</i> , Масмедиа, Загреб. М. Е. Porter, <i>Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i> , New York, Free Press, 1980. М. Е. Портер, <i>Конкурентска предност: остваривање и очување врхунских пословних резултата</i> , АСЕЕ доо, Нови Сад, 2007.