

UPUTSTVO ZA IZRADU GRUPNOG ZADATKA

TIMOVI

Grupni zadatak se radi u timu od 3 studenta. Potrebno je odrediti tim lidera, koji će biti zadužen za komunikaciju u ime tima. Tim mogu da čine studenti iz različitih studijskih grupa, a pravo na izradu imaju svi studenti koji su prijavili da slušaju predmet Strateški menadžment u tekućoj školskoj godini.

PRIJAVA ZA IZRADU ZADATAKA

Studenti samostalno biraju kompaniju za koju će raditi zadatak i prijavljuju se za izradu zadatka u timu, kod svog predmetnog asistenta slanjem prijave na e-mail. Nakon prijave, odabranom tim lideru se dostavlja templejt u word formatu, koji se koristi za izradu grupnog zadatka.

NAČIN I FORMAT SLANJA REŠENJA

Zadatak će biti podeljen u tri dela i svaki deo se posebno boduje. Studenti moraju odbraniti svaki deo zadatka. Rešenje zadatka podrazumeva popunjenu word formu templejta, kao i prezentaciju u .ppt formatu. Prezentacija treba da sadrži samo najvažnije analize i zaključke, koji su detaljnije predstavljeni u word formi. Rešenja je potrebno dostaviti predmetnom asistentu u naznačenom roku.

ODBRANA GRUPNOG ZADATKA

Prezentacija i odbrana I dela rešenja zadatka planirana je V nedelju letnjeg semestra (27-31.03.2017). Studenti će, tom prilikom, kroz petominutnu prezentaciju predstaviti najvažnije rezultate i zaključke I dela zadatka. Prezentacija II dela zadatka planirana je za IX nedelju semestra (3-06.05.2017), dok je prezentacija III dela zadatka planirana za XII nastavnu nedelju semestra (15-20.05.2017).

BODOVANJE REŠENJA

Maksimalni broj poena koji studenti mogu ostvariti za izradu grupnog zadatka je 40 bodova.

- Prvi deo rada - 15 bodova.
- Drugi deo rada - 10 bodova.
- Treći deo rada – 15 bodova.

KRITERIJUMI ZA OCENU GRUPNOG ZADATKA

Osnovni kriterijumi koja će biti uzeti u obzir prilikom ocenjivanja su detaljnost i svrshodnost sprovedenih analiza, kreativnost i održivost predloženog rešenja.

TEMA GRUPNOG ZADATKA

Kompaniju za koju će se raditi grupni zadatak studenti samostalno biraju. Za izabranu kompaniju potrebno je predložiti strategiju u periodu od 3 do 5 godina, a sve na osnovu analize postojećeg stanja i dosadašnjeg poslovanja.

Potrebno je analizirati eksterno okruženje, kroz analizu opšteg okruženja (PEST), kao i specifičnog okruženja (Porterov model 5 sila), na osnovu čega se izrađuje Matrica šansi i opasnosti, koja je neophodna za ocenu trenutne pozicije kompanije.

Potom se internom analizom, kroz Analizu lanca vrednosti i SWOT, generišu strateški pravci pomoću TOWS matrice, gde se kao najbolje ocenjena strategija uzima za dalji strateški razvoj kompanije u periodu od 3 do 5 godina.

Za odabrani strateški pravac razvoja, neophodno je definisati ciljeve i opis strategije, na nivou korporativne strategije, kao i srednjoročne ciljeve i opis strategija, na nivou poslovne strategije.

Nakon definisanja strategija, studenti imaju zadatak da predstave stratešku mapu i ocene finansijske efekte odabrane strategije.

Studenti će tokom časova nastave dobijati dodatne materijale koji su im potrebni za izradu grupnog zadatka.

STRUKTURA ZADATKA:

I DEO ZADATKA – 15 POENA

1. UVOD

2. OSNOVNE INFORMACIJE O ORGANIZACIJI

ANALIZA EKSTERNOG OKRUŽENJA

3. ANALIZA OPŠTEG OKRUŽENJA

3.1. Političko –pravni segment

3.2. Ekonomski segment

3.3. Socio-kulturni segment

3.4. Tehnološki segment

3.5. PEST analiza – ocena šansi i pretnji

4. ANALIZA SPECIFIČNOG OKRUŽENJA

4.1. Potencijalni konkurenti – opasnost od dolaska

4.2. Kupci – pregovaračka snaga kupaca

4.3. Supstituti – mogućnost zamene

4.4. Dobavljači – pregovaračka snaga dobavljača

4.5. Konkurenti – intenzitet rivaliteta

4.6. Porterov model 5 sila – ocena šansi i pretnji

5. ŠANSE I PRETNJE ZA KOMPANIJU

5.1. Matrica pretnji

5.2. Matrica šansi

5.3. Matrica šanse/pretnje

INTERNA ANALIZA

6. ANALIZA LANCA VREDNOSTI

7. OCENA SNAGA I SLABOSTI

8. TOWS MATRICA

II DEO ZADATKA - 10 POENA

FORMULISANJE STRATEGIJE

9. KORPORATIVNA STRATEGIJA

9.1. Opis korporativne strategije

9.2. Način implementacije korporativne strategije

9.3. Korporativni ciljevi

10. KONKURETSKE STRATEGIJE

10.1. Opis konkuretske strategija

10.2. Srednjoročni ciljevi

III DEO ZADATKA – 15 POENA

11. STRATEŠKA MAPA

12. OCENA FINANSIJSKIH EFEKATA

13. ZAKLJUČAK

LITERATURA

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА