



Veleučilište "Marko Marulić" u Kninu
www.veleknin.hr

IZVEDBENI PLAN NASTAVE

1 NAZIV STUDIJA	SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ EKONOMSKI I NORMATIVNI OKVIR PODUZETNIŠTVA
2 KOD NASTAVNOG PREDMETA	99565 SM
3 NAZIV NASTAVNOG PREDMETA	STRATEŠKI MENADŽMENT
4 STATUS PREDMETA	OBAVEZNI
5 SEMESTAR	Zimski – I. SEMESTAR
6 OBLICI NASTAVE I SATNICA	ukupan broj nastavnih sati 60

	P-predavanja	V-vježbe	S-seminari
SEMESTRALNO	20 sati	20 sati	20 sati
TJEDNO / 15 tjedana	4 sata tjedno prema planu		

7 ECTS BODOVI	5
8 POVJERA NASTAVE - NASTAVNICI I SURADNICI	nositelj/ica kolegija: Valentina Vinšalek Stipić univ.spec.oec., v.pred.
9 MOGUĆNOST IZVEDBE NASTAVE NA STRANIM JEZICIMA	Nastavu je moguće izvoditi na ENGLESKOM jeziku.
10 NAČIN INFORMIRANJA STUDENATA	- na nastavi - na konzultacijama - elektroničkom poštom - preko oglasne ploče Veleučilišta te web stranice Veleučilišta
11 KONTAKTIRANJE STUDENATA S NASTAVNICIMA	- na nastavi - na konzultacijama (.) - elektroničkom poštom: vvinsalek@veleknin.hr
12 KORELACIJA S OSTALIM PREDMETIMA UNUTAR STUDIJA	- Osnove ekonomije - Strateški financijski menadžment - Međunarodna ekonomija
13 PROSTORNI I DRUGI UVJETI ZA IZVOĐENJE PROGRAMA	- Nastava se izvodi u učionicama Veleučilišta - Seminari i vježbe izvode se u učionicama Veleučilišta

14 CILJEVI PREDMETA, KOMPETENCIJE, ISHODI UČENJA I PRISTUPI POUČAVANJA I UČENJA U PREDMETU
14.1 Uvod

Uspješnim završetkom kolegija studenti će moći razumjeti i kritički vrednovati metode i tehnike vezane uz strateški menadžment te probleme s kojima se susreće glavna uprava u poduzeću kad poduzima strateške akcije u cilju re-pozicioniranja firme.

14.2 Kompetencije

Poslije položenog ispita studenti će moći prepoznati i razumjeti problem definiranja i provođenja strateškog plana te znati se služiti literaturom i stečenim znanjem da bi vrednovali i kritički procjenjivali probleme vezane uz određivanje i implementaciju strateškog plana.

14.2.1 Opće kompetencije

Znanje, razumijevanje i praktična primjena ekonomskih metoda i tehnika u području provođenja strateških analiza i planova radi boljeg pozicioniranja na tržištu.

14.2.2. Specifične kompetencije

Znanje o principima i tehnikama strateške analize, analizi situacije industrije, konkurencije te samoanalizi, razumijevanje alata i tehnika analize stanja poduzeća kao i procesa implementacije strategije. Razumjeti će strategije proizvođača niske cijene, diferencijacije i fokusiranja s njihovim dobrim i lošim stranama. te generičke korporativne strategije kao i važnost korporativne kulture i motivacije zaposlenika pri implementaciji strateškog plana.

14.3 Ishodi učenja

Nakon završenja svih obveza predviđenih programom ovo predmeta studenti će moći:

1. Definirati problem i ulogu strateškog planiranja
2. Objasniti načine analize konkurencije, industrije i samoanalize
3. Razumjeti tehnike i metode generičkih strategija diversifikacije
4. Kritički vrednovati različite forme organizacije kao temelja za streteško upravljanje

14.4 Pristup poučavanja i učenja predmeta

Nastava predmeta izvodi se preko predavanja, seminara i vježbi. Kroz predavanja se studenti upoznaju s teorijskim osnovama, alatima i tehnikama određivanja i provođenja strateških promjena kao i problemima u implementaciji u poduzeću. Svrha vježbi je ukratko ponoviti prije prezentirano gradivo te zajednički riješiti što više praktičnih problema da bi uvidjeli primjenu naučenih znanja.

15 IZVEDBENI NASTAVNI PROGRAM
15.1 Izvedbeni nastavni program

"STRATEŠKI MENADŽMENT"		NASTAVA			
		broj nastavnih sati			
		P	V	S	P+V+S
1. UVOD U STRATEŠKI MENADŽMENT		8	4	4	16
1.1	Proces strateškog menadžmenta- komponente i proces strateškog menadžmenta	4	0	0	4
1.2	Osnovni poduzetnički zadaci – definiranje posla, određivanje strateških ciljeva, formuliranje strategije	2	2	0	4
1.3	Primarne odrednice strategije	2	2	4	8
2. Tehnike konkurentske analize i obrana i izgradnja konkurentske prednosti		6	16	6	28
2.1	Analiza situacije konkurencije	2	2	0	6
2.2	Analiza situacije industrije	1	2	2	7
2.3	Tehnike samoanalize	1	4	2	7
2.4	Opće poslovne strategije i okolina industrije	2	2	0	4
2.5	Izgradnja i obrana konkurentske prednosti	0	6	2	8
3. Generički tipovi strategija i implementacija strategije		6	0	10	16
3.1	Generički tipovi korporativnih strategija	2	0	4	6
3.2	Tehnike analize strategija korporativne diversifikacije	2	0	4	6
3.3	Implementacija strategije-izgradnja organizacije i alokacija resursa	2	0	2	4
UKUPNO		20	20	20	60

16 PRAĆENJE I OCJENJIVANJE STUDENATA		
AKTIVNOST KOJA SE OCJENJUJE	UDIO AKTIVNOSTI U ECTS BODOVIMA	MAKSIMALNI BROJ OCJENJSKIH BODOVA
1. Pohađanje nastave te aktivnosti na predavanjima i vježbama	0,50	10
2. Kolokviji I i II, te završni pismeni ispit	2,00	50
3. Seminar	1,00	15
4. Elaborat – strateškog položaja poduzeća	1,50	25
UKUPNO:	5	100

16.1 Ishodi učenja i način provjere

NAZIV NASTAVNE CJELINE	POVEZANOST S ISHODOM/IMA	AKTIVNOST/I STUDENATA KOJOM SE OSTVARUJU ISHODI UČENJA
1. Uvod	<ul style="list-style-type: none"> • Obrazložiti komponente i proces strateškog menadžmenta • Definirati i razumjeti osnovne poduzetničke zadatke • Definirati i obrazložiti primarne odrednice strategije 	<p>Kolokvij I i/ili pismeni ispit, usmeni ispit</p> <p>Semianrski rad</p> <p>Aktivnost na nastavi</p>
2. Tehnike konkurentske analize i obrana i izgradnja konkurentskih prednosti	<ul style="list-style-type: none"> • Opisati i objasniti analizu situacije konkurencije • Obrazložiti i razumjeti analizu situacije industrije • Opisati i razumjeti tehnike samoanalize • Opisati i razumjeti izgradnju i obranu konkurenstkih prednosti 	<p>Kolokvij I i/ili pismeni ispit, usmeni ispit</p> <p>Elaborat – analiza strateškog položaja poduzeća</p> <p>Semianrski rad</p> <p>Aktivnost na nastavi</p>
3. Generički tipovi strategija i implementacija strategije	<ul style="list-style-type: none"> • Razumjeti i objasniti tipove generičkih korporativnih strategija • Definirati tehnike analize strategije korporativne diversifikacije • Obrazložiti značaj izgradnje organizacije i alokacije resursa kod implementacije • Razumjeti značaj i ulogu poticanja organizacije i izvršenja strateškog vodstva 	<p>Kolokvij II i/ili pismeni ispit, usmeni ispit</p> <p>Semianrski rad</p> <p>Aktivnost na nastavi</p>

16.1. Pohađanje nastave i aktivnost u nastavi

Studenti su dužni prisustvovati na 75% predavanja i vježbi. U slučaju neopravdanog izostanka 25% sati na predavanjima i vježbama studenti nemaju pravo izlaska na prvi kolokvij, izrada i prezentacija studije slučaja financijske analize je uvjet za izlazak na drugi kolokvij, dok je izrada i prezentacija seminarskog rada uvjet za dobivanje konačne ocjene iz predmeta.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj o. bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj o. bodova koje je moguće postići
Redovito pohađanje nastave i aktivnost na predavanjima (sudjelovanje u diskusijama)	2	5
Zalaganje i rad na vježbama, aktivno sudjelovanje u diskusijama	2	5
Ukupno:	4	10

Postignuti bodovi pribrajaju se bodovima završnog pismenog ispita kod izračuna konačne ocjene.

16.2 Kolokvij

Student može pismeni ispit položiti preko 2 kolokvija (svaki donosi 25 boda) ili pismeni ispitom na kraju semestra (donosi 50 boda). Na svakom kolokviju je potrebno postići najmanje 10 bodova da bi kolokvij bio položen, a da bi mogli pristupiti ispitu ili kolokviju studenti moraju napisati seminarski rad. Svaki kolokvij sadrži pet pitanja, prvo pitanje je na zaokruživanje točnog odgovora koji nosi jedan bod, dva pitanja su na dopunjavanje odgovarajućeg teksta te nose po četiri boda, te su sljedeća dva pitanja esejskog tipa te nose po osam bodova, odnosno ukupan maksimalan broj bodova je 25, dok je minimalan broj bodova 10 kako bi se konstatiralo da je student položio kolokvij.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj ocjenskih bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj ocjenskih bodova koje je moguće postići
Kolokvij 1.	10	25
Kolokvij 2.	10	25
Ukupno:	20	50

Mogućnost oslobođenja od završnog pismenog ispita.

Student koji položi dva kolokvija oslobođen je polaganja završnog pismenog ispita. Završna ocjena se dobije tako da se bodovima svakog kolokvija dodaju bodovi dobiveni pisanjem i izlaganjem seminarskog rada, izradom elaborata strateškog položaja poduzeća poduzeća te redovitim pohađanjem nastave. Redovito pohađanje nastave oslobađa studenta obveze polaganja usmenog dijela ispita.

16.3 Seminarski rad

Unutar ovog predmeta seminarski radovi se obvezno izrađuju i prezentiraju u okviru predviđene satnice za seminarski rad. Temu seminarskog rada studenti dobivaju po naptuku predmetnog nastavnika uz iznimke slobodnog izbora teme uz neophodnu prethodnu konzultaciju s predmetnim nastavnikom. Nakon napisanog seminarskog rada (od minimalno 10 stranica) koji obuhvaća teorijsku i praktičnu razradu student pristupa izlaganju svog seminarskog rada. Prilikom izlaganja seminarskog rada otvorenom raspravom će se poticati studenta da što uspješnije izloži svoju prezentaciju temeljem čega se dobiti odgovarajući bodovi po sljedećem kriteriju:

- ❖ Od 14 do petnaest (15) bodova – seminarski rad je iscrpan, formalno točno oblikovan, logički dobro strukturiran, činjenično točan, izražava originalan pristup temi, konzultirao je opsežnu relevantnu literaturu, pravopisno točan
- ❖ trinaest (13) bodova – seminarskim radom su obrađene najvažnije činjenice vezane uz temu, zadovoljava formalne kriterije, ne izražava originalan pristup temi, postoje manje pogreške u logičkom strukturiranju sadržaja, korištena literatura nije recentna, postoje manje pravopisne pogreške
- ❖ dvanaest (12) bodova – seminarskim radom su izostavljene neke važne činjenice vezane uz temu, dijelom je tema promašena, logički je loše strukturiran, zadovoljava formalne kriterije, ne izražava originalan pristup temi, korišteno je manje bibliografskih jedinica od preporučenoga, literatura dijelom nije relevantna i recentna, postoje pravopisne pogreške
- ❖ jedanaest (11) bodova – u seminarskom radu je izostavljeno više važnih činjenica vezanih uz temu, tema je većim dijelom promašena, uočene su značajnije pogreške na sadržajnom planu, logički je loše strukturiran, formalne kriterije zadovoljava samo djelomice, ne izražava originalan pristup temi, koristi

minimalan broj bibliografskih jedinica, literatura je zastarjela i nije relevantna, uočene su veće gramatičke pogreške

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj ocjenskih bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj ocjenskih bodova koje je moguće postići
Izrada seminarskog rada	6	8
Izlaganje seminarskog rada	5	7
UKUPNO:	11	15

16.4 Elaborat

Unutar ovog predmeta elaborat Analize strateškog položaja poduzeća u konkurentskom okruženju se obvezno izrađuje u okviru predviđene satnice za vježbe. Nakon napisanog elaborata (od minimalno 10 stranica) koji obuhvaća teorijsku i praktičnu razradu student pristupa usmenom izlaganju analize strateškog položaja poduzeća na tržištu temeljem čega se dobiva odgovarajući broj bodova po sljedećem kriteriju:

- ❖ Od 24 do 25 bodova – elaborat je iscrpan, formalno točno oblikovan, logički dobro strukturiran, činjenično točan, izražava originalan pristup temi, konzultirao je opsežnu relevantnu literaturu, pravopisno točan
- ❖ Od 21 do 23 boda – elaboratom su obrađene najvažnije činjenice vezane uz temu, zadovoljava formalne kriterije, ne izražava originalan pristup temi, postoje manje pogreške u logičkom strukturiranju sadržaja, korištena literatura nije recentna, postoje manje pravopisne pogreške
- ❖ Od 18 do 20 bodova – elaboratom su izostavljene neke važne činjenice vezane uz temu, dijelom je tema promašena, logički je loše strukturiran, zadovoljava formalne kriterije, ne izražava originalan pristup temi, korišteno je manje bibliografskih jedinica od preporučenoga, literatura dijelom nije relevantna i recentna, postoje pravopisne pogreške
- ❖ Od 15 do 17 bodova – elaboratom je izostavljeno više važnih činjenica vezanih uz temu, tema je većim dijelom promašena, uočene su značajnije pogreške na sadržajnom planu, logički je loše strukturiran, formalne kriterije zadovoljava samo djelomice, ne izražava originalan pristup temi, koristi minimalan broj bibliografskih jedinica, literatura je zastarjela i nije relevantna, uočene su veće gramatičke pogreške

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj ocjenskih bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj ocjenskih bodova koje je moguće postići
Izrada elaborata strateškog položaja pod.	8	13
Interpretacija elaborata	7	12
UKUPNO:	15	25

16.5 Završni ispit

Ukoliko student/ica nije postigao/la minimalni broj bodova na kolokvijima (I. i II.) dužni su položiti završni pismeni ispit. Pismeni ispit sastoji se od 10 pitanja iz cijelog obrađenog gradiva, a da bi mogli pristupiti ispitu ili studenti moraju napisati seminarski rad. Prva dva pitanja su na zaokruživanje točnog odgovora i nose po jedan bod, četiri pitanja su na dopunjavanje odgovarajućeg teksta te nose po četiri boda, te su sljedeća dva pitanja esejskog tipa te nose po osam bodova, odnosno ukupan maksimalan broj bodova je 50, dok je minimalan broj bodova 20 kako bi se konstatiralo da je student položio pismeni ispit.

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj o. bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj o. bodova koje je moguće postići
Pisani ispit	20,0	50,0
Ukupno:	20,0	50,0

16.6 Konačna ocjena

Pohađanjem nastave i aktivnošću u nastavi, kolokvijima (I. i II.) i/ili završnim pisanim ispitom, izradom i prezentacijom seminara i elaborata, te usmenim ispitom student/ica može skupiti maksimalno 100 bodova, i to prema sljedećim kriterijima:

Aktivnost koja se ocjenjuje	Minimalni broj bodova koje je potrebno postići	Maksimalni broj bodova koje je moguće postići
Pohađanje nastave i aktivnost u nastavi	4	10
Kolokviji I. i II./završni pisani ispit	10+10	25+25
Seminarski rad	11	15
Elaborat – analiza strateškog položaja poduzeća	15	25
Ukupno:	50	100

Svaki student/ica mora skupiti minimalno 50 ocjenskih bodova kako bi dobio/la prolaznu ocjenu. Konačna se ocjena donosi prema sljedećem kriteriju:

Broj ocjenskih bodova od maksimalno 100	ECTS sustav ocjenjivanja	Brojčani sustav ocjenjivanja
90 - 100	A	Izvrstan (5)
80 - 89,9	B	Vrlo dobar (4)
70 - 79,9	C	Dobar (3)
60 - 69,9	D	Dovoljan (2)
50 - 59,9	E	
0 - 49,9	F	Nedovoljan (1)

16.7 Napomene

Pravilnikom o studiranju Veleučilišta "Marko Marulić" u Kninu pobliže su uređena pravila studiranja za redovite i izvanredne studente na stručnim studijima koje ustrojava i izvodi Veleučilište "Marko Marulić" u Kninu kao i praćenje kvalitete studija.

17. LITERATURA / WEB STRANICE

17.1. Obvezna literatura:

- Gutić, G. i Paliaga, M. (2017). *Strateški menadžment*. Osijek: Studio HS internet
- Buble, M, Cingula, M. Dujanić, M. i dr. (2005) *Strateški menadžment*. Zagreb: Sinergija

17.2. Preporučena literatura/web stranice:

- Buble, M. (2005) *Menadžment*. Spli: Ekonomski fakultet
- Thomson, A & Strickland, A. (1987). *Strategic management*. IRWIN
- Thomson, A & A. Strickland, A.(1987) *Cases in strategic management*. IRWIN
- <https://www.investopedia.com/terms/s/strategic-management.asp>
- <https://searchcio.techtarget.com/definition/strategic-management>
- <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/10970266>

18. TERMINI ISPITA U AKADEMSKOJ GODINI 2021./2022.

ROK	1. TERMIN	SAT	2. TERMIN	SAT	DVORANA
zimski rok	04.02.2021.	17:30	18.02.2021.	17:30	9
ljetni rok	24.06.2021.	16:00	08.07.2021.	16:00	9
jesenski rok	09.09.2021.	16:00	23.09.2021.	16:00	9