

<b>Студијски програм:</b> Економија и пословно управљање			
<b>Назив предмета:</b> Глобалне стратегије раста			
<b>Наставник/наставници:</b> Савовић Д. Слађана			
<b>Статус предмета:</b> Изборни на модулу Финансије и банкарство, Иновације и технолошко предузетништво, Међународни менаџмент			
<b>Број ЕСПБ:</b> 8			
<b>Услов:</b> /			
<b>Циљ предмета</b> У турбулентном глобалном окружењу са брзо променљивим технологијама и преференцијама потрошача, предузећа морају да се мењају како би одржала конкурентску предност. Остваривање успешног и одрживог раста један је од кључних изазова, било да је реч о малим предузетничким фирмама или великим компанијама. Менаџери морају критички процењивати, планирати и имплементирати глобалне стратегије раста како би искористили могућности које пружају међународна тржишта. Сходно томе, сврха овог предмета је процена глобалних стратегија раста и како се оне могу успешно имплементирати на сложеним и стално променљивим глобалним тржиштима. Анализираће се различите стратегије међународне експанзије, попут лицензирања, франшизинга, заједничких улагања. Посебна пажња биће усмерена ка стратегијским алијансама у условима глобализације пословања, као и повезивању предузећа, путем међународних мерџера и аквизиција.			
<b>Исход предмета</b> Очекује се да ће студенти успешним савладавањем градива из овог предмета бити оспособљени да: - Разумеју кључне изазове са којима се суочава растућа организација; - Разумеју различите стратегијске опције које помажу менаџерима и предузетницима у успешном превазилажењу изазова раста у глобалном окружењу; - Процене алтернативне стратегије раста и њихову прикладност различитим компанијама у глобалном окружењу; - Разумеју кључна питања управљања стратегијским алијансама; - Разумеју концептуални оквир за иницирање, планирање и имплементацију међународних мерџера и аквизиција.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Глобализација и промене у окружењу; Формулисање међународних пословних стратегија; Невласнички модели уласка на међународно тржиште; Власнички модели уласка на међународно тржиште; Фактори који детерминишу избор модела уласка на страно тржиште; Стратејске алијансе – мотиви, ризици, управљање стратегијским алијансама, фактори успеха; Стратејске опције умрежавања малих и средњих предузећа; Међународни мерџери и аквизиције – глобални трендови; Управљање међународним мерџерима и аквизицијама – иницирање, планирање и имплементација; Значај таргетирања као припремне фазе, <i>Due diligence</i> код међународних аквизиција, Методологије процене вредности код међународних аквизиција, Управљање људским ресурсима и културолошким разликама код међународних аквизиција; Мерење успеха међународних аквизиција. <i>Практична настава</i> Анализе пословних случајева, индивидуални истраживачки рад, презентације студената, дискусије.			
<b>Литература</b> Peng, M. (2009). <i>Global Strategy</i> , South-Western CENGAGE Learning . Whitaker, S. (2016). <i>Cross-Border Mergers and Acquisitions</i> , John Wiley & Sons. Inc Стефановић, С. (2010). <i>Стратејска партнерства у условима глобализације пословања</i> , Економски факултет Ниш. Марковић, Д. (2017). <i>Међународне аквизиције – Глобални изазови и ефекти у Србији</i> , Економски факултет Београд. Поповић, Н. Јашко, О., & Прокић, С. (2010). <i>Менаџмент интерорганизационих односа – оутсорсинг, стратејске алијансе, мерџери и аквизиције</i> , Институт економских наука, Београд.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 2</b>	
<b>Методе извођења наставе:</b> Теоријска настава, практична настава, самостални рад студената, консултације			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
Активност у току предавања		Писмени испит	/
Практична настава	10	Усмени испит (тест)	30
Колоквијум-и	40	.....	
Семинар-и	20		