Предметна програма од втор циклус студии					
1.	**Наслов на наставниот предмет**	**Стратегиски менаџмент**			
2.	**Код**	**ММ102/2023**			
3.	**Студиска програма**	Меѓународен менаџмент - - двегодишна програма			
4.	**Организатор на студиската програма (единица, односно институт, катедра, оддел)**	Економски институт, Скопје, УКИМ			
5.	**Степен (прв, втор, трет циклус)**	Втор циклус			
6.	**Академска година/семестар**	2023/2024/ I семестар	**7.**	**Број на ЕКТС**	10
8.	**Наставник**	проф. д-р Зоран Јаневски проф. д-р Ирина Пиперкова			
9.	**Предуслови за запишување на предметот**	Нема предуслови за запишување на предметот			
10.	**Цели на предметната програма:** Целта на овој предмет е студентите да се стекнат со знаење и разбирање за теоретските и практичните аспекти на стратегискиот менаџмент и улогата на менаџерот при креирање стратегии во различни организации како и во различни деловни опкружувања, домашни и меѓународни. Воедно ќе се потенцира градењето на вештини за начинот на кој треба да се интегрираат функционалните бизнис дисциплини (маркетинг, финансии, менаџмент на човечки ресурси, производство, информативни системи) во процесот на стратегиски менаџмент. Особено е нагласено влијанието на општото и посебното опкружување при креирање на бизнис стратегија. Развојот на аналитички и истражувачки вештини е особено значаен во текот на изучување на предметот, кој ќе биде од особено значење при донесување бизнис одлуки. Анализата на комплексни ситуации ќе изгради знаење кај студентите како да избираат алтернативи и како да ги аргументираат истите за носење на ефикасни одлуки. **Оспособен за (компетенции):** По завршувањето на наставата, студентите треба да бидат ќе бидат оспособни да размислуваат критички за прашањата и проблемите кои се поврзани со изборот на стратегијата во турбулентно и динамично окружување: - ќе ги разбираат и критички анализираат теориите и концептите за стратегиски менаџмент; - ќе можат да ги интегрираат добиените знаења од одделните функциски менаџменти; - ќе ги разликуваат деловните и корпорациските стратегии и ќе знаат во кои услови (цели, состојби, опкружување) се применуваат; - ќе ги разбираат алтернативните стратегии и ќе можат да ги препознаат можностите кои истите ги нудат; - ќе можат да ги анализаат чекорите во спроведувањето на стратегијата и евалуацијата на истата.				
11.	**Содржина на предметната програма:** 1. Процесот на стратегискиот менаџмент 2. Определување на организациските насоки, визија и мисија 3. Анализа на надворешното окружување и конкурентска анализа 4. Евалуација на внатрешните фактори, ресурси и конкурентската предност 5. Стратегии за прилагодување кон организациското опкружување 6. Стратегии на деловно ниво 7. Стратегии на корпоративно ниво 8. Алтернативни стратегии 9. Стратегии за преземање и реструктурирање 10. Сојузи, спојувања и преземања 11. Имплементирање на стратегијата 12. Процес на евалуација на стратегијата и фактори на евалуација 13. Корективни мерки				
12.	**Методи на учење:** Наставата се изведува во облик на предавања со дискусии, со интерактивни методи кои вклучуваат самостојни задачи на студентите, презентации и друго.				
13.	**Вкупен расположлив фонд на време**	15 недели 10 ЕКТС x 30 часови = 300 часови Неделен фонд на часови (2+2)			

<table>
<tr><td>14.</td><td colspan="3">Распределба на расположливо време</td><td colspan="2">12 недели + 3 недели консултации
30+30+240=300 часови</td></tr>
<tr><td rowspan="2">15.</td><td rowspan="2" colspan="2">Форми на наставните активности</td><td>15.1.</td><td>Предавања-теоретска настава</td><td>30 часови</td></tr>
<tr><td>15.2.</td><td>Вежби (лабораториски, аудиториски), семинари, тимска работа</td><td>30 часови</td></tr>
<tr><td rowspan="3">16.</td><td rowspan="3" colspan="2">Други форми на активности</td><td>16.1.</td><td>Семинарска работа</td><td>60 часови</td></tr>
<tr><td>16.2.</td><td>Самостојни задачи</td><td>80 часови</td></tr>
<tr><td>16.3.</td><td>Домашно учење</td><td>100 часови</td></tr>
<tr><td rowspan="4">17.</td><td colspan="5">Начин на оценување</td></tr>
<tr><td>17.1.</td><td colspan="3">Тестови</td><td>60 бодови</td></tr>
<tr><td>17.2.</td><td colspan="3">Семинарска работа/проект
(презентација: писмена и усна)</td><td>30 бодови</td></tr>
<tr><td>17.3.</td><td colspan="3">Активност и учество</td><td>10 бодови</td></tr>
<tr><td rowspan="6">18.</td><td rowspan="6">Критериуми за оценување (бодови/оценка)</td><td colspan="3">до 61 бода</td><td>5 (пет) (F)</td></tr>
<tr><td colspan="3">од 61 до 68 бода</td><td>6 (шест) (E)</td></tr>
<tr><td colspan="3">од 69 до 76 бода</td><td>7 (седум) (D)</td></tr>
<tr><td colspan="3">од 77 до 84 бода</td><td>8 (осум) (C)</td></tr>
<tr><td colspan="3">од 85 до 92 бода</td><td>9 (девет) (B)</td></tr>
<tr><td colspan="3">од 93 до100 бода</td><td>10 (десет) (A)</td></tr>
<tr><td>19.</td><td colspan="2">Услов за потпис и полагање на завршен испит</td><td colspan="3">Редовност на настава и вежби, проектна задача</td></tr>
<tr><td>20.</td><td colspan="2">Јазик на кој се изведува наставата</td><td colspan="3">Македонски јазик</td></tr>
<tr><td>21.</td><td colspan="2">Метод на следење на квалитетот на наставата</td><td colspan="3">Механизми на интерна евалуација</td></tr>
<tr><td>22.</td><td colspan="5">ЛИТЕРАТУРА</td></tr>
</table>

22.1. Задолжителна литература

Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Хит, Мајкл А; Ајрланд,Двејн Р.; Хоскисон,Роберт Е.	Стратегиски менаџмент: конкурентност и глобализација	Нампрес, Скопје	2012
2.	Fred L. David	“Strategic Management”, 8th Edition (превод)	Macmillan Publishing Company	2007

22.2. Дополнителна литература

Ред. број	Автор	Наслов	Издавач	Година
1.	Jey B. Barney, William S. Hesterly	Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases	Prentice Hall	2008
2.	Charles W. Hill, Gereth R. Jones	Strategic Management, An Integrated Approach	Houghton Mifflin Company	2004