

Садржај

1. Увод.....	3
2. Виртуелне Web Организације.....	4
2.1 Историјат и дефиниција.....	4
2.2 Е-економија и њени елементи.....	5
2.3 Виртуелне Web Организације.....	5
2.4 Разлике.....	6
2.5 Проблеми.....	6
2.6 Тешкоће организације виртуелних компанија.....	7
3. Структура Виртуелне Web Организације.....	7
3.1 Виртуелна Web Платформа.....	8
3.2 Менаџмент виртуелне Web организације.....	8
3.3 Изведене виртуелне Корпорације.....	9
4. Закључак.....	10
- Литература.....	11

УВОД

Развој и примена Интернета на прогресиван и иновативан начин, данас, представља изазов сваког озбљнијег менаџмента. Широм света су се развиле компаније које поседујући капацитете и знање у области информационих технологија омогућавају привреди да на сигуран начин послује on line ,и да у исто време схвата колики поврат остварује од инвестиција у е-економију и информациону инфраструктуру.

Раст утицаја дигиталне технологије је један од главних разлога трансформације компанија током неколико последњих деценија.Тек настанком инфраструктуре која омогућава пословање путем Интернета многе компаније су почеле да дефинишу бизнис моделе којима ће генерисати највећу разлику у односу на конкуренцију и обезбедити компаративну предност на тржишту.

С' обзиром на широку примену Интернета у савременом пословању, овим радом покушаћу да укажем на два сегмента савременог пословања који би било незамисливи без Интернета. Прво, у начелу ћу анализирати настанак и структуру виртуелних Web организација, као посебног облика привредног удруживања, и прилагођавању интернет презентација глобалном наступу компанија.

2. ВИРТУЕЛНЕ WEB ОРГАНИЗАЦИЈЕ

2.1 Историјат и дефиниција

Од раних 90их концепт 'виртуелних организација', као посебна форма кооперативне мреже је представљена јавности. Иако је термин 'виртуелна организација' био коришћен ,по први пут, 1986, академска јавност је обраћала мало пажње на то. Тек после објављивања низа стручних текстова а највише захваљујући њиховом објављивању у Business Week-у током 1993, свет се заинтересовао за ову тему.

Од тада, организациони концепт 'виртуелних организација' је испитиван интензивно и основан је велики број њих у пракси. У том периоду се трагало за прецизнијим дефинисањем појма, јер многи аутори су мали различито виђење о овој проблематици а тиме и различите дефиниције.

У мноштву дефиниција истиче се Д.Бурне-ова из 1993.

Бурне ,1993 – Виртуелна корпорација је привремена мрежа независних компанија-добављача, потрошача и чак ривалских компанија повезаних информационим технологијама како би делиле способности, трошкове и приступе тржиштима једних и других. Овај корпоративни модел је течан и флексибилан – група сарадника која се брзо уједнињује како би искористила указану прилику. Оног момента када се прилика искористи, често долази до распуштања, разилажења партнера. У најосновнијем концепту, свака компанија која се повезује са другом да би створила виртуелну

корпорацију учествује у свему само онлико колико представљају њене суштинске компетенције. Технологија игра централну улогу у развоју виртуелних компанија. Тимови људи из различитих компанија раде заједно п

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com