

Tehnike za strategijski menadžment

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 22 | Nivo: Visoka poslovna škola, Čačak

SADRŽAJ:

Sadržaj.....	1
Uvod.....	2
Analiza jaza.....	3
Benčmarking.....	4
Metoda scenaria.....	8
SWOTAnaliza.....	11
Portfolio analiza.....	16
Zaključak.....	21
Literatura.....	22

UVOD

Kako bi svojim organizacijama obezbedili opstanak, rast i razvoj i ostvarivanje svih drugih poslovnih ciljeva savremeni menadžeri moraju da razumeju koncept strategijskog razmišljanja i delovanja. Razumevanja koncepta strategijskog menadžmenta podrazumeva upoznavanje sa teorijsko-metodološkim osnovama naučne discipline,razvojem i karakteristikama filozofije strategijskog razmišljanja. Analiza procesa strategijskog menadžmenta predstavlja pragmatičan pristup identifikovanju bazičnih koraka počev od strategijske analize do implementacije i kontrole izabranih strategija.

Veze i odnosi organizacije i njenog okruženja su svakako neminovni za uspešno funkcionisanje pomenute organizacije,a često i jedan od presudnih faktora za njeno održavanje i tržišnu uspešnost i konkurentnost.

Praksa i teorija menadžmenta pokazuju da nije dovoljno strategijski planirati već je podjednako važno da se napravi strategijska promena. Ritam promena se ubrzava a menadžeri su pod sve većim pritiskom da u strategijskom opredeljenju firme prave velike i male promene. Današnji lideri moraju da budu proaktivni, da predviđaju promene, da se neprekidno usavršavaju i kad je to potrebno, naprave u svojim strategijama dramatične promene. Izazov pred kojim se nalaze menadžeri je biranje onih strategija kojima se obezbeđuju prednosti koje se mogu dugoročno zadržati.

Vrlo je bitno da misija i vizija jedne firme budu uskladjene sa njenim strategijskim ciljevima,pa su svakako i veoma bitne same tehnike strategijskog menadžmenta,odabir istih,vreme i način sprovođenja.

1.ANALIZA JAZA

Analiza jaza predstavlja koncept, odnosno jednu od tehnika strategijskog upravljanja za utvrđivanje mogućnosti rasta i razvoja preduzeća. To je koncept koji se u osnovi svodi na to da se kroz identifikovanje nivoa aspiracije i sadašnjih mogućnosti stimuliraju izražavanje u planskom procesu sa ciljem da se otkriju strategije za popunjavanje jaza. To znači da se ovim tehnikom za duži period od 5 do 10 godina projektuju ciljevi i utvrđuje jaz između tako projektovanih ciljeva i ciljeva koji bi preduzeće verovatno ostvarilo ukoliko se ne bi preduzimale nikakve menedžerske aktivnosti. Ciljevi se daju najčešće kao ukupan prihod, dobit, tržišno učešće, obim prodaje, itd.Analiza jaza obično podrazumeva sledeće korake, odnosno projekcije :

1. Utvrđivanje gde smo mi sada, polazeći od analize internih faktora sredine i eksternih faktora sredine preduzeća.

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

www.maturskiradovi.net

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