

Strategijsko usmeravanje i faze strategijskog usmeravanja organizacije: vizija, misija i ciljevi

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15 | Nivo: Visoka poslovna škola Novi Sad

SADRŽAJ:

Uvod.....	3
Proces strategijskog menadžmenta.....	4-6
Vizija, misija i ciljevi kao okosnica strategijskog menadžmenta.....	7
Vizija.....	8
Misija.....	9-10
Ciljevi.....	11-13
Zaključak.....	14
Literatura.....	15

Uvod

U ovom radu pažnja je fokusirana na proces strategijskog menadžmenta i tri glavna indikatora smera u kojem se kreće određeno preduzeće, odnosno na tri relevantna elementa faze ili koraka usmerenja: viziju, misiju i strateške ciljeve. Vizija podrazumeva: aspiracije, vrednosti i filozofiju preduzeća u generalnom smislu. Iskaz o misiji transformira široke vizije u konkretniji iskaz o svrsi preduzeća. Strateški ciljevi predstavljaju konkretne mete koje je odabralo preduzeće, a preko kojih se nada da će realizirati svoju misiju.

PROCES STRATEGIJSKOG MENADŽMENTA

Zbog neposredne povezanosti iteracija kroz koje prolazi proces donošenja odluka, govori se o sistemu strategijskog upravljanja. Većina pristupa modeliranju tog procesa sledi logiku strategijskog planiranja kao najvažnije faze procesa upravljanja. To je razumljivo jer se kroz planiranje donose odluke o ciljevima, politikama, strategijama i setu pojedinačnih planova kojima se vrši njihova implementacija u realnom poslovanju preduzeća. U tom pogledu formalizovan proces planiranja može da posluži kao okvir i za modeliranje procesa strategijskog upravljanja

Glavne zajedničke odrednice većine pristupa verbalnom modeliranju procesa strategijskog menadžmenta su:

naglašavanje da je to proces kojim se formalizuje tok istraživanja i donošenja bazičnih odluka,

taj proces odražava filozofiju proaktivnog odnosa preduzeća prema okruženju,

podrazumeva prethodno definisanje vizije kao osnove i pokretača promena,

uključuje korektnu valorizaciju mogućnosti preduzeća i određivanje pravih područja za njihovu kapitalizaciju, odnosno rentabilno korišćenje,

afirmiše istraživačko-kreativno dimenziju upravljanja,

prožet je traganjem za izvorima za sticanje konkurentskih prednosti kao fokalne tačke za određivanje strategije,

organizacija implementacije, tj. uređivanje infrastrukture i obezbeđivanje drugih uslova za propulzivno ostvarivanje strategije poslovanja preduzeća.

Imajući u vidu ranije date karakteristike, odrednice kao i preovladajuća shvatanja strategijskog menadžmenta, proces strategijskog menadžmenta se može opisati kao tok istraživanja, strategijskog razmišljanja i kreiranja rešenja za ponašanje preduzeća kao i njihovo sankcionisanje relevantnim odlukama, uključujući i obezbeđivanje uslova za njihovu harmoničnu i pravovremenu implementaciju. Kao što je to sintetički predstavljeno na Ilustraciji 1 on uključuje nekoliko prepoznatljivih područja i iteracija poslovnog rezonovanja i aktivnosti kojima se upravlja poslovanjem preduzeća u dinamičnoj sredini.

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

www.maturskiradovi.net

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