

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Primena koncepta strategijskog menadžmenta". Rad ima 18 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SADRŽAJ

UVOD

Strategijski menadžment je proces kojim preduzeće utvrđuje svrhu postojanja, ciljeve i željene nivoe ostvarenja, odlučuje o osnovnim načinima ostvarivanja ovih ciljeva za odgovarajući vremenski okvir u promenljivom okruženju, sprovodi akcije i ocenjuje napredovanje i rezultate. Bilo kad i svuda, akcije mogu biti menjane i modifikovane. Veličina ovih promena može biti postepena i evolutivna. Strategijski menadžment predstavlja određene menadžerske odluke i akcije kojima se opredeljuju performanse preduzeća u dužem vremenskom periodu. To podrazumeva ispitivanje okruženja, formulisanje strategije, sprovođenje strategije i njenu ocenu i kontrolu.

Prema navedenom strategijski menadžment se može definisati kao proces usmeravanja aktivnosti preduzeća kojim se, na bazi šansi i opasnosti, na jednoj, i jakih i slabih strana preduzeća, na drugoj strani, identifikuju kritični faktori poslovnog uspeha, te prema prethodno utvrđenoj strategijskoj viziji, opredeljuje misija i razvojni ciljevi, kao i pravci, metodi i instrument njihove optimalne realizacije u dinamičnoj poslovnoj sredini.

Prilikom osnivanja preduzeća menadžeri mora prvo da postave osnovna pitanja: kakvo preduzeće žele da osnuju? Čime će ono da se bavi? Da li u okruženju postoje već takva preduzeća? Njihova opravdanost postojanja, njihov uspeh u okruženju? Potreba potrošača za takvim preduzećem, njegovim uslugama? Da li u svojoj viziji vide njegov plasman, uspeh, proširenje kapaciteta? Troškovi ulaganja i uspešan obrt kapitala?

Strategija je neka vrsta "plana igre" zahvaljujući kojem je moguće ostvariti planirane ciljeve. U slučaju preduzeća, opstanak u "igri", odnosno na tržištu, zahteva stalnu borbu za opstajanje i sticanje konkurentne prednosti koja se može ostvariti na različite načine.

POJAM STRATEGIJSKOG MENADŽMENTA

Da bi se definisao pojam strategijski menadžment neophodno je definisati pojam strategije i pojam menadžmenta.

Reč strategija se najčešće upotrebljava u rečniku menadžera i u poslovnoj teoriji počinje da se koristi sredinom pedesetih godina XX veka. Strategija je grčka reč koja znači general odnosno vojskovođa, tako da reč strategija doslovno znači veština generala. Tako da poslovna strategija obuhvata utvrđivanje različitih načina za ostvarivanje misije i ciljeva preduzeća, odnosno organizacije.

Da bi se ostvarila strategijska promena, potrebno je kontinuirano preduzimati brojne i različite aktivnosti. Zato se može reći da proces strategijskog menadžmenta predstavlja skup aktivnosti koje je potrebno preduzeti da bi se ostvarila strategijska promena.

Strategijsko upravljanje predstavlja proces pomoću koga najviše rukovodstvo (top management) organizacije obezbeđuje dugoročnu perspektivu i misiju, ispravno sprovođenje i stalnu procenu strategije i usvojenih programa, na osnovu čega se vrši korigovanje strategije.

Strategija organizacije opisuje način na koji će ona ostvarivati ciljeve, imajući u vidu pretnje (opasnosti) i pogodnosti (mogućnosti) okruženja kome pripada, kao i slabosti i potencijale (snage) organizacije. Strategija obezbeđuje osnovno razumevanje procesa pomoću kojih će organizacija postati konkurentna.

Tri osnovne determinante strategije su:

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com