

SADRŽAJ

1. Vaterpolo klub Vojvodina	3
2. Misija kluba	3
3. Tim	3
4. Menadžment kluba	4
5. Osvrt na tržište	4
6. Šanse	5
7. Biznis koncept	6
8. Konkurencija	6
9. Ciljevi i zadaci	6
10. Finansijski plan	7
11. Potrebni resursi	7
12. Ključni problemi	9
13. Zaključak	9
10	10

Vaterpolo klub Vojvodina

Vaterpolo klub Vojvodina je osnovan 1935.godine pod nazivom plivački vaterpolo klub Galeb. Kroz svoju istoriju klub je menjao ime 1959. godine u plivački klub Mornar sa sekcijom vaterpolo, da bi 1962. godine pristupio Sportskom društvu Vojvodina i promenio ime u Plivački i vaterpolo klub Vojvodina. Godine 1974. dolazi do razdvajanja plivačkog i vaterpolo kluba i tako nastaje Vaterpolo klub Vojvodina. Kroz svoju istoriju prošao je sve rangove takmičenja da bi danas bio stabilan prvoligaš i učesnik kvalifikacija za ligu šampiona. Mnoga poznata imena srpskog vaterpola su svoje prve korake napravili na bazenima SPC Vojvodina. Rad kluba se bazira na vaterpolo školi, pet mlađih selekcija i prvoj ekipi. Dečaci se upoznaju ne samo sa osnovama vaterpola, već i sa načinom života, koji je ispunjen brojnim fizičkim aktivnostima, ali i kako prebroditi poraze i pobjede koji su sastavni deo života, a i sporta.

Misija kluba

Svrha kluba je da promoviše vaterpolo kao jedan od ekipnih sportova koji iziskuje velike napore i odricanje ali formira od dece stabilne ličnosti.

Vizija:

Dugoročan uspeh u obučavanju i selekciji mladih sportista

Ojačati prvi tim

Uspostaviti dobre kontakte sa sličnim organizacijama u okolini

Organizacija takmičenja i turnira

Menadžment

1. Organi kluba

Najviši organ kluba je SKUPŠTINA koja ima izvršni organ UPRAVNI ODBOR I NADZORNI ODBOR.

2. Menadžment kluba:

predsednik skupštine

predsednik Upravnog odbora

direktor

šef stručnog štaba.

3. Angažovana lica u klubu

- treneri

- Prikaz organizacione šeme kluba –

Osvrt na tržište

Ciljna grupa ovog kluba su dečaci do 10 godina, što znači da treba dobru saradnju napraviti sa osnovnim školama. Na području Novosadske opštine, uključujući i škole iz okolnih mesta, ima veliki broj škola što predstavlja prilično dobro tržište. Na upravi kluba je da napravi dobar strateški plan i osmisli dobar marketing, kako bi na što bolji način promovisali rad kluba i privukli što veći broj dečaka.

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

www.maturskiradovi.net

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