

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Operativno Planiranje". Rad ima 11 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.

Seminarski Rad

iz Menadzmenta

Tema: Operativno Planiranje

Sadržaj

Operativno planiranje.....	3
Trajni planovi.....	5
Pojedinacni planovi.....	8
Dugorocno planiranje i budzet.....	9
Literatura.....	11

OPERATIVO PLANIRANJE

Operativni plan svakog preduzeca je proizvod procesa planiranja ali i segment ukupnog plana preduzeca, kojim se definišu najkonkretnije planove odluke i njihovo izvršenje.

Cilj operativnog planiranja je da načini niz specifičnih planova i budžeta koji je menadžeru pomoći da se pripremi za verovatne budžetske događaje koji su planskim zadacima predviđeni.

Planiranje obuhvata:

prikupljanje informacija,

procenu varijanti,

i izbor najuspješnijih pravaca delovanja.

Skup planova i budžeta precizira način na koji se vrši nabavka, raspodela, korišćenje i zamena resursa radi ostvarivanja ciljeva preduzeca.

Operativno planiranje rukovodi se nizom trajnih planova, ti planovi obuhvataju politiku, procedure i pravila potrebna za stvaranje raznih operativnih planova.

Trajna pravila su stalni, konstantni, dugoročnijeg karaktera od operativnih ali zato i sa više neizvesnosti, jer se odnose na duži vremenski period.

Svi trajni planovi kombinuju se sa dugorocnim ciljevima, strateskim planovima i predvidjanjima prodaje i proizvodnje i tako postaju pocetni imput za stvaranje skupa pojedinicnih planova i budzeta odredjene firme.

Oni se kombinuju da bi se objedinili raliciti tokovi resursa potrebni sa ostvarivanje ciljeva organizacije.

Bez obzira sto se operativni planovi i budzeti usresedjuju na kratkorodne operativne periode, recimo godinu dana i krace, oni se ne mogu proceniti a da se pri tom ne uzme u obzir buduci visegodisnji rezultati.

Planiranje cini jednu fazu menadzrske aktivnosti, kojima se koraca u buducnostr sa manje neizvesnosti, ali to ne znaci da nema neizvesnosti i razlika i nekoliko pogresnih poteza mogu tendeciju razvoja preduzeca okrenu u strmoglav.

PRIMER:Kompanija W.T. Grant

Cilj programa W.T. Grant postane soping centar za "celu porodicu, od igle do locomotive" na nacionalnom nivou.

Grantova strategija je podrazumevala teritorijalnu akspanziju mreze trgovina (izmedju 1963. i 1973.) broj trgovina se udvostrucio i dostigao vrhunac od 1208 robnih kuca. Neke stavke iz politike kojem je Grant ostvariva svoj cilj I strategije bile su:

predstavljati kompaniju u javnosti,

favorizivanje manjih proizvojdjaca kao na primer: Televizora marke"Bradford", radi dobijanja velikih marzi,

usavrsavanje kadrova,

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

www.maturskiradovi.net

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