

## Međunaroni menadžment u industriji sportske opreme

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 40 | Nivo: FON

### SADRŽAJ:

#### Strana:

1. Sportska oprema kroz istoriju.....	4
2. Amerika - Nike.....	7
2.1. Istorijat nastanka kompanije.....	7
2.2. Finansijski rezultati poslovanja.....	9
2.3. Nike-ova filozofija poslovanja.....	10
2.4. Nike i Olimpijada 2008.....	12
2.5. NIKE – “Just do it ili Just stop it???”.....	13
2.6. Mark Parker, generalni direktor korporacije NIKE-a - „Političar vrhunski biznismen”.....	14
2.7. Nike i Svetska ekonomska kriza.....	16
2.8. “Let the Clean Economy Begin” – Nike lider proizvodnje po najnovijim ekološkim standardima.....	17
3. Evropa - Adidas.....	18
3.1. Istorijat nastanka Adidas-a.....	18
3.2. Board direktora.....	20
3.3. Adidas-ova glavna svetska predstavništva.....	20
3.4. Adidas-ova poslovna strategija.....	21
3.5. Finansijski rezultati poslovanja.....	23
3.6. Adidas-ovi sektori proizvodnje.....	23
3.7. Adidas-ova nagodba sa Wal-Martom i odbrana svog zaštitnog znaka.....	24
3.8. Adidas i Svetska ekonomska kriza.....	25
3.9. Nike i Asics zainteresovani za kupovinu Adidas-a.....	25
3.10. Svetsko prvenstvo u fudbalu u Južnoj Africi 2010.....	26
4. Azija - Anta, Li Ning i Asics.....	27
4.1. Proboj azijskih proizvođača sportske opreme na svetsko tržište.....	27
4.2. Li Ning.....	28
4.2.1. Misija, vizija i ključne vrednosti kompanije Li Ning.....	29
4.2.2. Vlasnička struktura Li Ning-a.....	29
4.2.3. Menadžment kompanije Li Ning.....	30
4.2.4. Strategija razvoja brand-a.....	31
4.2.5. Organizacija poslovanja.....	31
4.2.6. Sponzorstva.....	32
4.3. Anta.....	33
4.3.1. Misija, Vizija i Korporativne vrednosti.....	33
4.3.2. Direktori i Top menadžment.....	33
4.3.3. Vlasnička struktura kompanije.....	34
4.3.4. Sponzorstva.....	35
4.4. Asics.....	36
4.4.1. Korpotativna filozofija kompanije.....	37
5. Literatura.....	40

#### 1. Sportska oprema kroz istoriju

Sportska oprema je odavno postala sastavni deo sporta i svakodnevnog života, ona pruža sportisti, ali i običnim ljudima mogućnost da poboljšaju svoje rezultate i performanse, a takođe ih i štiti od mogućih povreda. U današnje vreme je sasvim uobičajeno da se nađe sportska oprema posebno prilagođena individualnim potrebama sportiste. Cilj proizvođača sportske opreme je da pozitivno utiče na kvalitet života ljudi i sportista koji koriste njihovu sportsku opremu, ali i na njihov sportski rezultat.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)