

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Delovno planiranje (makedonski)". Rad ima 14 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.

VOVED

Vo izrazeni dinami~ni uslovi na stopanisuvawe koi se karakteriziraat so tehnolo{ki promeni, zgolemena neizvesnost vo raboteweto i zgolemena konkurencija se pove}e se zgolemuva potrebata od planirawe. Za da bide uspe{no pretprijatiето na konkretni pazar, toa mora da gi katalizira mo`nostite koi se nao|aat vo eksternoto okru`uvawe ili vo sposobnostite na pretprijatiето da se razlikuva samoto od drugite.

Planiraweto e potrebno do stepen do koj:

1. Edno pretprijatie mora da gi anticipira promenite vo okru`uvaweto i da go namali vremenskoto zaostanuvawe soдр`ano vo procesot na prisposobuvawe;
2. Menaxmentot na pretprijatiето bara op{ti ramki za da gi integrira odlukite i celite;
3. Pretprijatiето bara sredstva so koi pretpostavkite i premisite mora da bidat pojasno podgotveni;
4. Komunikacijata mora da bide potpomognata, konfliktite razre{eni i koordinacijata i kooperacijata ostvareni.

So drugi zborovi, planiraweto e potrebno do stepen do koj pretprijatiето bara raznovidni koristi koi mo`e da gi obezbedi istoto.

So postavuvaweto na planot na pretprijatiето se dobivaat slednite prednosti:

1. se usoglasuvaat dejnostite na mnogu u~esnici ko me|usebno se povrzani vo toj moment;
2. se identifikuva predvideniot razvoj;
3. se vr{i podgotovka za oddelni te{kotii koi mo`at da nastanat;
4. se namaluvaat neracionalnite akcii vo neo~ekuvanite situacii;
5. se podobruva komunikacijata me|u rakovodniot kadar vo pretprijatiето i
6. se namaluvaat raziduvawata me|u vrabotenite, do koi bi do{lo vo slu~aj na podvojuvawe na celite na pretprijatiето i vrabotenite.

Spored Stern procesot na marketing planiraweto (programirawe) treba da go zapazi slednirov redosled:

utvrduvawe na celite,

presmetka na mo`nostite na pazarot,

utvrduvawe na alternativni strategii na marketingot,

izbor na najcelishodna strategija,
razработка na marketing-miks,
sproveduvawe na planot,
prilagoduware na planot na nastanatite izmeni.

Vo celosniot plan na preprijatiето mnogu e va`no mestoto, ulogata i zna`eweto na marketing planot, a posebno vo razgrani`uvawe na planskata funkcija na preprijatiето i potfunkcijata na planirawe vo sostav na marketingot.

Vo procesot na planirawe na marketingot se razlikuvaat slednive fazi:

- dijagnoza (kade se nao|a stopanskiot subjekt i zo{to)
- prognoza (kade odi stopanskiot subjekt)
- celi (kade treba da odi stopanskiot subjekt)
- strategija (koi se najdobri na~ini da stigne tamu)
- taktiki (koi specifi~ni akcii treba da se prezemaat i koga) i
- kontrola (koi merila da se sledat za da se sogleda dali planot na stopanskiot subjekt e uspe{en).

Spored Kotler potrebno e da se podeli procesot na planirawe na vrvno planirawe i drugi planirawa koi se vr{at vo ramkite na marketingot. So osnovniot plan treba da se usoglasat planovite na marketingot, finansiraweto i raboteweto na proizvodstvenata funkcija, potrebite na nabavnata funkcija i drugi podra~ja. I dvata plana gi zafa}aat site vidovi planirawe (tekovno, srednoro~no i dolgoro~no). od toa mo`e da se zaklu~i deka planot na marketingot mora da gi sodr`i site elementi, no ednovremeno i da bide podreden na centralniot plan na preprijatiето.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com