

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
2. DONOŠENJE ODLUKA.....	4
2.1. Grupno donošenje odluka.....	5
2.2. Tehnike mominalne skupine.....	6
2.3. Očekivane i neočekivane odluke.....	6
2.4. Faze donošenja odluka.....	7
2.5. Elementi kvalitetnog odlučivanja.....	7
2.6. Podizanje kvalitete odlučivanja.....	8
2.7. Uvjeti za donošenje kreativnih odluka.....	8
2.8. Kreativnost.....	9
2.9. Povećanje osobne kreativnosti.....	9
2.10. Poticanje kreativnosti u organizaciji.....	9
2.11. Karakteristike kreativnih organizacija.....	10
2.12. Prepreke za organizacijsku kreativnost.....	10
2.13. Zamke pri donošenju odluka.....	11
3. METODOLOGIJA RADA.....	13
3.1. Poslovno odlučivanje.....	13
3.2. Vrste odlučivanja.....	13
3.3. Oblici odlučivanja.....	13
3.4. Tehnike i načini poslovnog odlučivanja.....	14
3.4.1. Problemi o kojima se odlučuje.....	16
3.4.2. Subjekti odlučivanja.....	17
3.4.3. Intuitivno odlučivanje, odlučivanje na temelju rasuđivanja i racionalno odlučivanje.....	18
4. ZAKLJUČAK.....	20
5. LITERATURA.....	21

1. UVOD

Uspostavljanjem tržišta i takmičarske filozofije na svim poljima ljudskog rada i djelovanja, pa i u znanju, poslije Francuske revolucije po prvi put u povijesti je došlo do integracije znanja i tehnologije, čime su stvoreni uvjeti za stavno tržišno vrednovanje znanja i njegovih izumitelja i nosilaca, što je, u tom smislu omogućilo nastanak svih kasnijih revolucija od industrijske do informatičke, digitalne i najnovije znanstvene, a što je, po nekima omogućilo da već danas živimo u znanstvenom društvu.

Takav pristup znanju i njegovoj primjeni u tehnici i tehnologiji je dovelo do brze i nekontrolisane ekspanzije znanja, pa je danas, a što je nastalo u posljednjim decenijama prošlog stoljeća, upravljanje znanjem radi njegovog što bržeg, racionalnijeg i efikasnijeg korištenja posalo veliki problem. Radi toga je, pored velikog broja raznih vrsta menadžmenta u zapadnom svijetu nastala posebna menadžmentska disciplina koja se zove menadžment znanja (upravljanje znanjem).

U ovom radu se, na primjeru zapadnih firmi, dakle, govori o faktoru znanja i ljudi kao jedinih misaonih elemenata organizacije i menadžmenta uopće, koje je, da bi bili kreativni i produktivni, već od osnovne škole pa do penzije, potrebno stalno planski i sistematski obrazovati, njegovati i razvijati kroz cijeli radni vijek, a u odnosu na promjene i zahtjeve tehnologije i organizacije rada, i shodno tome adekvatno promovirati. Posebno je važno pronaći najbolje mehanizme i instrumente kako ova i slična iskustva iz razvijenijih zapadnih zemalja prenijeti u našu zemlju koja u svojoj tranzicijskoj fazi neminovno mora početi primijenjivati navedene metode i tehnike u sticanju i upravljanju znanjem, njegovim stalnim inoviranjem i permanentnim obrazovanjem i efikasnim razvojem i promocijom kadrova.

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

www.maturskiradovi.net

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