

SADRŽAJ

UVOD 2

OSNOVI STRATEGIJSKOG MENADŽMENTA 3

1.1. MENADŽMENT (UPRAVLJANJE) 3

1.1.1. Definisane menadžmenta 3

1.1.2. Efektivnost i efikasnost 3

1.2. RAZVOJ MENADŽMENT SISTEMA 3

1.2.1. Četiri etape 3

1.2.2. Strategijski i operativni menadžment 4

1.3. STRATEGIJSKO PLANIRANJE 5

1.3.1. Neophodnost strategijskog planiranja 5

1.3.2. Stav menadžmenata prema budućnosti 5

1.3.3. Karakteristike strategijskog planiranja 5

1.3.4. Strategijsko planiranje i diskontinuitet 6

1.4. STRATEGIJSKI MENADŽMENT 6

1.4.1. Definisane i svrha strategijskog menadžmenta 6

1.4.2. Aktivnosti u strategijskom menadžmentu 6

1.4.3. Karakteristike strategijskog menadžmenta 7

STRATEGIJSKA VIZIJA I CILJEVI 9

1.5. Strategijska vizija 9

1.5.1. Misija (svrha) preduzeća 9

1.5.2. Definisane i svrha vizije 9

1.5.3. Karakteristike strategijske vizije 9

1.5.4. Strategijska namera 9

1.6. Strategijski ciljevi 9

1.6.1. Uloga ciljeva u strategijskom upravljanju 9

1.6.2. Proces izbora i struktura ciljeva 10

1.6.3. Karakteristike 10

1.6.4. Osnovni ciljevi poslovanja 10

STRATEGIJA 11

1.7. Pojam, svrha i karakteristike strategije 11

1.7.1. Koreni strategije 11

1.7.2. Definisane strategije 11

1.7.3. Svrha strategije 11

1.7.4. Strategijsko prilagođavanje 12

1.7.5. Karakteristike strategije 12

1.8. Konkurentna prednost 12

1.8.1. Osnovni elementi konkurencije 12

1.8.2. Konkurentne sredine 13

1.8.3. Relativno trajna konkurentna prednost 13

1.8.4. Komparativna prednost 13

1.8.5. Smisao strategijske akcije 14

1.9. Proces stvaranja strategija 14

1.9.1. Različita stanovišta o stvaranju strategije 14

1.9.2. Dva ključna modela 15

STRATEGIJSKI PRISTUP UPRAVLJANJU LJUDSKIM RESURSIMA 16

Uvod 16

Osnovna obeležja strategijskog pristupa 16

Primena principa strategijskog planiranja 17

Strategijska orijentacija i menadžment ljudskih resursa 18

Nove uloge i zahtevi 21

ZAKLJUČAK 23

LITERATURA 24

Slika 1. – Izvor: www.applied-corporate-governance.com

UVOD

Tradicionalni pristup planiranja i upravljanja preduzećem uspešno je funkcionisao sve do 70-ih godina dvadesetog veka. Do tada su velika preduzeća dominirala malim, a poslovanje je bilo predvidivo iz razloga što je okruženje bilo relativno stabilno. Konkurenti su

bili dobro poznati, promene na finansijskom tržištu skoro zanemarljive, cene skoro svih proizvoda i usluga stabilne, a ponašanje kupca i krajnjih potrošača očekivana.

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

www.maturskiradovi.net

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