

Sadržaj

Uvod.....	1
Razvoj menadžment sistema.....	1
Definisanje i značaj strategijskog menadžmenta.....	2
Pojam, svrha i karakteristike strategije.....	4
Karakteristike strategijskog menadžmenta.....	5
Analiza spoljnog okruženja.....	6
Analiza unutrašnjeg okruženja.....	7
S.W.O.T analiza.....	7
Misija organizacije.....	8
Ciljevi organizacije.....	8
Formulisanje strategije.....	9
Korporacijski strategijski nivo.....	9
Strategija poslovnih jedinica.....	10
Funkcionalna strategija.....	10
Primena strategije.....	10
Strategijska kontrola.....	11
Izbor organizacione strukture.....	12
Modeli formiranja organizacione strukture.....	13
Izbor organizacione strukture za realizaciju strategije.....	13
Organizovanje ljudskih resursa.....	14
Strategijski izbor.....	14
Strategijske opcije.....	15
Generičke strategije.....	16
Zaključak.....	16
Literaaura.....	18

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

Uvod

Upravljanje je neophodno u savremenom društvu. Sam pojam upravljanja predstavlja kontinualno dejstvo upravljačkih akcija kojima se utiče na parametre sistema, a sistem prevodi iz jednog stanja u drugo. Veliki doprinos utemeljenju menadžmenta kao naučne discipline doprineli su *Anri Fajol* i *Frederik Tejlor*. **Anri Fajol** je slavni francuski teoretičar koji je svoju teoriju zasnovao na velikom radnom iskustvu prvo kao rudarski inženjer, a potom kao generalni direktor. Fajol je definisao menadžment kao:

- predviđanje
- planiranje
- komandovanje
- koordiniranje
- kontrolu.

U tom smislu, on je utvrdio 6 ključnih preduzetničkih aktivnosti:

1. tehničke aktivnosti (proizvodnja)
2. komercijalne aktivnosti (kupoprodaja)
3. finansijske aktivnosti (kapital)
4. obezbeđenje (čuvanje imovine)
5. računovodstvene aktivnosti (finansijske informacije)
6. menadžerske aktivnosti (planiranje i organizovanje).

Poslovanje preduzeća sve više je pod dominantnim uticajem faktora eksternog okruženja. U takvim okolnostima ne postoji univerzalna formula za postizanje poslovnog uspeha niti se mogu preneglašavati uticaji i zasluge pojedinih funkcija. Blagovremeno i adekvatno reagovanje na pozitivne i negativne signale iz okruženja, uz optimalno korišćenje svih izvora i sposobnosti preduzeća, pouzdana je osnova za njegov rast i razvoj.

Razvoj menadžment sistema

Kao odgovor na izazove eksternog i internog okruženja javljaju se različiti koncepti i tehnike upravljanja što je posebno izraženo poslednjih decenija. Reagovanjem na promene koje su zahvatile sve oblasti privrednog i društvenog života formulisani su različiti pristupi strategijskom upravljanju. Nastale su brojne definicije koje iz različitih uglova objašnjavaju ovaj fenomen. Različita shvatanja strategijskog upravljanja mogu se, s obzirom na pristupe, grupisati u nekoliko grupa.

Jednu grupu čine pristupi koji strategijsko upravljanje objašnjavaju polazeći od ciljeva. Strategijsko upravljanje se posmatra kao ukupnost odluka (ciljeva, strategija i programa) i akcija koje ih slede. U osnovi ovog pristupa je razvijanje strategija kojima se realizuju definisani ciljevi preduzeća.

Strategijsko upravljanje se shvata i kao odnos preduzeća i okruženja. U pitanju je eksterna orijentisanost i reagovanje na promene iz okruženja. S obzirom da su one sve izraženije, a rizik i neizvestnost veći, neophodno je racionalno reagovanje uskladjivanjem ponašanja preduzeća sa faktorima i elementima eksterne sredine.

Posebnu grupu čine pristupi koji u definisanju strategijskog upravljanja polaze od potrebe povezivanja strategijskog razmišljanja i operativnog delovanja. To je akcioni proces u kome se u razvijanju strategija polazi od strategijske analize, strategijskog izbora, zatim sledi implementacija i kontrola.

Navedeni pristupi nisu međusobno suprotstavljeni. Naprotiv, moguće je i potrebno povezati ih, jer se proces strategijskog upravljanja objašnjava na pravi način kombinovanjem elemenata svakog od njih.

Koncept strategijskog upravljanja vremenom je evoluirao. Promene u konceptu nastale su kao rezultat prilagodjavanja izmenjenim uslovima u okruženju i predstavljale racionalan odgovor menadžmenta preduzeća. Sedamdesetih godina strategijsko upravljanje zasnivalo se na finansijskoj analizi i finansijskom predviđanju. Analiza delatnosti i konkurentnosti su u fokusu strategijskog upravljanja u 1980-im godinama a 1990-ih ono se zasniva na upravljanju promenama. Karakterišu ga alternativni scenariji, strategijsko razmišljanje i upravljanje resursima .

Za razumevanje konceptualnog razvoja funkcije planiranja u preduzeću sugerise se fazni model. Ovaj prilaz je koristan za razumevanje same prirode procesa planiranja zato što ga posmatra kao proces učenja, a ne kao stanje stvari. Osim toga, razvoj planiranja se dovodi u vezu sa nastankom strategijskog menadžmenta.

Definisanje i značaj strategijskog menadžmenta

Jos uvek ne postoji jedna opšte prihvaćena definicija strategijskog menadžmenta. Strategijski menadžment omogućava uspešno suočavanje sa problemom dinamičnog usklađivanja potencijala preduzeća sa menjajućim zahtevima okruženja. Izrazava, takođe, proaktivan pristup u upravljanju razvojnim ponašanjem preduzeća i sposobnost aktivnog suočavanja sa strategijskim promenama koje predstavljaju potpuno novu vrstu problema i za čije rešavanje ne postoje rutinski odgovori. U fokusu nije samo predviđanje promena u eksternom okruženju, da bi se što bolje, bez značajnijih promena interne konfiguracije resursa, kapitalizirale postojeće snage i izbegle slabosti, već i neophodne i značajne promene internih struktura. Ono što je zajednicko različitim definicijama strategijskog menadžmenta je to da je u pitanju jedan način razmišljanja koji se odnosi na donošenje odluka koje se tiču budućnosti preduzeća i na primenu tako donetih odluka. Iskustvo velikog broja preduzeća pokazuje da usko grlo za uspešnu primenu strategijskog menadžmenta često leži u brzini promene tradicionalnog načina mišljenja i ponašanja.

Za razumevanje bitnih karakteristika i značaja strategijskog menadžmenta, treba imati u vidu sledeće dimenzije strategijskog odlučivanja:

- zbog karaktera strategijskih odluka, njihovo donošenje je u nadležnosti top menadžmenta;
- donošenje strategijskih odluka zahteva predviđanje i analizu uticaja velikog broja faktora iz

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

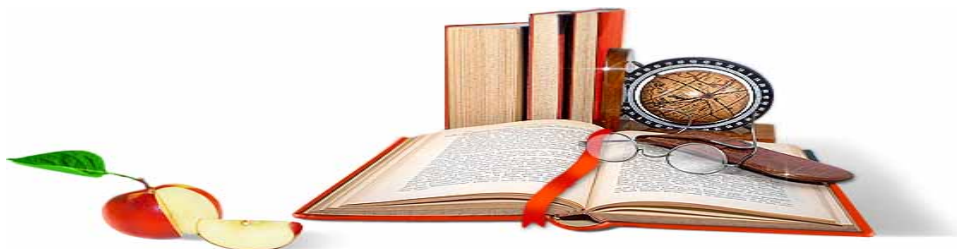
WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM

[FORUMU](#) ILI NA **maturskiradovi.net@gmail.com**

-
-