

Strategijsko planiranje

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 22 | Nivo: Fakultet za menadžment, Zaječar

Uvod

Osnovne funkcije menadžmenta

Planiranje (Planning)

Pojam i definisanje procesa planiranja

Model menadžerskog planiranja

Planiranje i kontrola

Dimenzije planiranja i vrste menadžerskih planova

3.1. Planiranje kao iterativni proces

Sistemske pristup planiranju

Sistemske i situacione (kontigentne, viševarijantne) pristup planiranju

Viševarijantno planiranje

5. Marketing orijentacija planiranja

5.1. Planiranje novih preduzetničkih poduhvata

5.2. Prioritet izrade pojedinih parcijalnih planova

5.3. Kada se radi i čemu služi poslovni (biznis) plan?

6. Planiranje, tržište i strukturne promene

6.1. Industrijsko planiranje

6.2. Strategijsko i operativno planiranje

6.2.1. Sistem planiranje-programiranje-budžetiranje (SPPB)

6.3. Dimenzije planiranja

7. Strategijsko i tradicionalno planiranje

7.1. Model strategijskog planiranja

7.2. Strategijsko planiranje i strategijski menadžment

7.3. Informacione potrebe planiranja

7.4. Informaciona podrška strategijskom planiranju

7.4.1. Baze strategijskih podataka (BSP)

7.5. Sistemi za podršku planiranju (SZPP)

7.6. Ekspertni Sistemi (ES)

7.7. SWOT analiza

7.8. Metod kritičnih faktora uspeha (KFU)

7.9. Sistemi za podršku planiranju u kriznoj situaciji

7.9.1. Metod scenarija

8. Strategijsko planiranje poštanske mreže u Srbiji

9. Zaključna razmatranja

10. Korišćena literatura

1. Uvod

“Zbog budućnosti sanjaj kreativne snove. Postavi visoke i vredne ciljeve. Učini prvi odlučujući korak ka svom cilju.

I šta onda? Onda učini još jedan korak, pa još jedan, još jedan,

Sve dok ne postigneš cilj, nerealizuješ ambiciju, ostvariš plan.

Šta god da je potrebno, budi uporan. Koliko god da se obeshrabriš, istraj. Koliko god želeo da odustaneš, izdrži!”

J. Carlzon

Mi kao grupa mladih i odlučnih ljudi učimo kako da ostvarimo svoje ciljeve, bez obzira da li su oni poslovne, emotivne ili neke druge prirode, kako međusobno da komuniciramo na pravi način, motiviramo se međusobno i samostalno, da sve prepreke rešavamo zajedno, kao pravi tim i kao pravi ljudi. Organizovani na pravi način, uskladićemo se prema svojim sposobnostima, predlažući svoje inovativne ideje i vođeni sopstvenim aspiracijama da između ostalog, i ovaj zadatak rašimo sa punom posvećenošću i ozbiljnošću, kako bi se pripremili na neke, sutra, mnogo važnije zadatke koje nam život već uveliko priprema. Planiranje poslovanja je promišljanje budućih događaja u skladu sa željama i potrebama. Da bi smo doskočili sutrašnjim događajima moramo planirati! Planiranje je bitno za preduzeće jer se time omogućava procena budućih događaja kao i priprema za te događaje. Bitno je za preduzetnika jer će se planiranjem povećati prihod ili će se raditi na smanjenju troškova preduzeća. U poslovnim aktivnostima planiranje je naročito važno jer omogućava preduzetniku procenu budućih događaja i pravovremenu pripremu za njih. Ono što je povoljno za postizanje preduzetničkih ciljeva to će se stimulisati i pojačavati (npr. prodaja), a ono što je nepovoljno nastojace se smanjiti ili potpuno eliminisati (npr. troškovi). Nikad nije moguće tačno predvideti sve šta će se u budućnosti dogoditi, ali prepuštanje budućih događaja slučaju nije karakteristično za uspešne preduzetnike.

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

www.maturskiradovi.net

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