

Savremeni Menadžment

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15 | Nivo: Fakultet za pravne i poslovne studije, Novi Sad

SADRŽAJ

UVOD 2

2. KARAKTERISTIKE SAVREMENOG POSLOVNOG OKRUŽENJA 2

3. SAVREMENI MENADŽMENT 5

3.1. Liderstvo 5

3.2. Timski rad 6

3.3. Upravljanje promenama 8

3.4. Upravljanje promenama i učenje 10

3.5. Organizacija koja uči 11

3.5. Upravljanje znanjem 13

ZAKLJUČAK 16

LITERATURA 17

UVOD

Upravljanje preduzećem je u savremenim uslovima poslovanja dobilo jednu sasvim novu dimenziju. Trend globalizacije, odnosno stvaranja jedinstvenog tržišta, primorava većinu preduzeća u svetu da svoje poslovne aktivnosti ne obavlja samo u okviru nacionalnih granica. Porast konkurencije na globalnom nivou, kao i ubrzani razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija, sa jedne strane su olakšale, a sa druge čak i primorale veliki broj preduzeća da svoje poslovanje proširi na internacionalni nivo. Ovakve tendencije ukazuju menadžmentu svu neophodnost ponovnog razmatranja ukupne situacije u kojoj se preduzeće nalazi i praktično nalažu definisanje načina uključivanja u međunarodne tokove poslovanja.

Uspes preduzeća u svim delatnostima najvećim delom zavisi od menadžment tima koji ih predvodi. Menadžeri moraju da budu svesni dinamike i intenziteta promena u sopstvenom okruženju. Oni treba da budu u stanju da na objektivna način sagledaju položaj i ulogu preduzeća koje predvode u užem i širem okruženju, unutar i van nacionalnih granica. Zbog toga oni moraju da usavrše globalni i sistemski način razmišljanja i pristupa problemima.

Internacionalizacija poslovnih aktivnosti će u vremenu koje je pred nama igrati sve važniju ulogu u rastu i razvoju preduzeća svih veličina. Pitanje nije da li treba slediti nametnute globalne trendove, već kako i u kom trenutku se uklopiti u njih. Zbog toga je veoma važno ukazati na činjenicu neophodnosti strateškog razmišljanja u vezi sa internacionalizacijom poslovnih aktivnosti, pogotovo u našim uslovima koje karakteriše težak tranzitni period, kao i masovna pojava strane konkurencije u različitim tržišnim segmentima.

2. KARAKTERISTIKE SAVREMENOG POSLOVNOG OKRUŽENJA

Devedesete godine 20. veka neće ostati upamćene samo po stvaranju Evropske Unije već i kao godine "žurbe" i "haosa" u životu organizacija u globalnom kontekstu. Paralelno odvijanje procesa globalizacije i regionalizacije unelo je određenu asimetriju u odvijanje međunarodnih trgovinskih i finansijskih tokova, ali su pravila igre na svetskom tržištu, definisana u okviru Sporazuma STO jednaka sa onima na tržištu EU. Globalizacija poslovanja dovodi do ublažavanja granica između nacionalnog i internacionalnog tržišta, a konkurencija sve više postaje globalna. Svet svakim danom, sve više, postaje jedno "globalno selo".

Period u kojem živimo različito se označava, npr: digitalna revolucija, informaciono doba, digitalna ekonomija, Internet ekonomija, Web ekonomija, ekonomija znanja, društvo znanja, postindustrijsko društvo, doba diskontinuiteta, doba neizvesnosti, treći talas i sl. Informacije i porast znanja postaju sve više ključni razvojni, ekonomski i menadžment resursi. U eri digitalnih tehnologija nalazimo se oko tri decenije, a internet i internet okruženje menjaju iz temelja načine poslovanja.

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

www.maturskiradovi.net

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