

SADRŽAJ

1. UVOD

Modelovanje obuhvata najbitnija pitanja u oblasti strategijskog menadžmenta, pod kojim se podrazumeva izrada i funkcionisanje takvih modela strategije, koji omogućuju celovito i dugoročno predviđanje aktivnosti, u svrhe upravljanja i kontrole procesa aktivnosti u sportskim organizacijama. Savremeni sistem sporta u svetu doživljava neprekidne duboke kvalitativne, kvantitativne i strukturalne transformacije, koje proističu iz sve novijih društvenih, ekonomskih, političkih i tehnoloških uslova razvoja društva. Sve bolji sportski rezultati koji se poslednjih godina postižu u raznim sportovima, u znatnoj su meri promenili shvatanja i karakter rada u sportu i postavili nove zahteve za rešavanje niza aktuelnih zadataka na integralnoj osnovi. Nastanak, razvoj i brze promene u sportsko-tehnološkoj i poslovno-upravljačkoj funkciji savremenih sportskih organizacija nesumnjivo predstavljaju u današnjem svetu jedan od najvažnijih podsticaja promene sportske i poslovne funkcije i filozofije, i okretanje čoveka prema njegovom znanju i kreativno-stvaralačkim potencijalima, kao najvažnijim proizvodnim i razvojnim resursima.

2. DEFINISANJE MENADŽMENTA

Pojam menadžment ima koren u latinskoj reči manus što znači ruka, italijanskoj reči maneggiare u značenju obuke konja u manježu, i francuske reči menage u značenju bavljenje domaćinstvom. H. Tejlor je u svojim radovima koristio menadžment i menadžer u njihovom sadašnjem značenju. U SAD se reč menadžment ne odnosi samo na proces, već i na ljude koji ga obavljaju. Već u prvim dekadama XX veka menadžeri se definišu kao ljudi koji nemaju vlasništvo. Oni iznajmljuju svoju stručnost. Njih angažuju vlasnici da obave rukovodilačke aktivnosti u nekoj privrednoj delatnosti.

Menadžment je kontinuelni proces kojim se pokreće i usmerava poslovna aktivnost radi ostvarenja svrhe poslovanja preduzeća. Rezultat procesa upravljanja je poslovna odluka i njena realizacija u poslovnoj aktivnosti. Rezultat poslovne aktivnosti preduzeća su određeni proizvodi i usluge kojima se podmiruju potrebe potrošača, privrede i društva, što je osnova za ostvarenje dobiti. Upravljanjem se alociraju izvori na one poslovne aktivnosti (proizvode i usluge) za kojima postoje uočene i identifikovane potrebe i zahtevi u privredi i društvu. Ekonomski karakter menadžmenta se ogleda u podmirenju potreba potrošača, privrede i društva u proizvodima i uslugama. Preduzeće se osniva da bi zadovoljilo potrebe potrošača, privrede i društva koje imaju trajni karakter, iz čega proizilazi i trajna aktivnost upravljanja.

Menadžment kao proces je od posebnog značaja jer ukupan rezultat uključuje serije aktivnosti (predviđanje, planiranje, organizovanje, kontrolu) i akcije koje se obavljaju zajedno na kontinuirani način. Menadžment je proces objedinjavanja i usmeravanja pojedinačnih izvora neophodnih za obavljanje poslovne aktivnosti. Neophodni, ali nepovezani izvori se integrišu u ukupan poslovan sistem radi ostvarenja ciljeva poslovanja. Uloga menadžmenta je da integriše, koordinira i usmerava aktivnosti podsistema i stavlja ih u racionalni odnos sa sredinom u kojoj preduzeće obavlja svoju poslovnu aktivnost.

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

www.maturskiradovi.net

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