

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Osnovne karakteristike biznis plana i plan prodaje". Rad ima 17 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

UNIVERZITET U BEOGRADU

EKONOMSKI FAKULTET

BEOGRAD

SEMINARSKI RAD

Predmet: Strategijski menadžment

Tema: Osnovne karakteristike biznis plana i plan prodaje

Beograd, 2009.god. SADRŽAJ

TOC \o "1-3" \h \z \u

| | |
|--|----|
| 1.UVOD..... | 1 |
| 2. POJAM I OSNOVNE KARAKTERISTIKE BIZNIS PLANA..... | 2 |
| 3. POTREBA ZA KONCEPTUALNIM PLANOM..... | 3 |
| 4. PRISTUP IZRADE KONCEPTA I BIZNIS PLANA..... | 4 |
| 5. FAZE IZRADE BIZNIS PLANA..... | 4 |
| 6. PLAN MARKETINGA (PRODAJE)..... | 6 |
| 6.1. Asortiman, ciljno tržište i njihove osnovne karakteristike..... | 6 |
| 6.2. Analiza i procena tražnje..... | 7 |
| 6.3. Analiza i procena promocije, distribucije i cene..... | 9 |
| 6.4. Analiza i procena ponude..... | 12 |
| 6.5. SWOT analiza..... | 12 |
| 6.6. Projekcija plasmana proizvoda..... | 13 |
| 7. ZAKLJUČAK..... | 14 |
| LITERATURA..... | 15 |
| 1.UVOD | |

Biznis (poslovni) plan jeste svaki dokument koji sadrži najbitnije informacije o planiranim poslovnim aktivnostima i finansijskim efektima istih tih aktivnosti, što će reći da jedan dokument definišemo kao poslovni plan ako su u njemu sadržane buduće poslovne aktivnosti. Biznis plan je zapravo napisani rezime prošlih, sadašnjih i budućih aktivnosti preduzeća-preduzetnika, odnosno najefikasniji način da iz prošlosti (sadašnjosti) stignemo u budućnost. Biznis planovi se vrlo često ili bolje rečeno, obično, poistovećuju sa novim investicionim ulaganjima.

Razlozi za pisanje biznis plana mogu se posmatrati iz ugla budućeg preduzetnika i potencijalnog investitora. Zbog toga se može zaključiti da biznis plan ima internu i eksternu namenu. S obzirom na to da je značajan za širok krug korisnika, sadržina i fokus biznis plana moraju biti prilagođeni specifičnim očekivanjima i zahtevima ovih korisnika i to tako da se probaju zadovoljiti zahtevi i potrebe svih korisnika. Nezavisno od toga ko je korisnik informacija, kada se izrađuje biznis plan moraju se uvažiti bar naredne tri perspektive: perspektiva preduzetnika, tržišna perspektiva i perspektiva investitora. Pored toga da bi izrađeni biznis plan bio kvalitetan on mora biti razumljiv, relevantan, oprezan i pouzdan.

Naučno je utvrđeno i praktično dokazano da svaki preduzetnički projekat treba prvo pažljivo koncipirati (osmisлити) a zatim ga što objektivnije planirati, ukoliko se teži njegovoj efikasnoj i efektivnoj realizaciji. Ukoliko krajnji rezultat koncipiranja bude pozitivan, preduzetnik može pristupiti planiranju svog biznisa i obezbeđivanju materijalnih, kadrovskih, legalizacionih i drugih uslova za njegovu realizaciju, a ukoliko se pokaže da je odabrana poslovna ideja neizvodljiva ili tržišno neefektivna preduzetnik se blagovremeno odvrća od daljih ulaganja.

Pri izradi koncepta sopstvenog biznisa i biznis plana za taj poduhvat, preduzetnik se može opredeliti za jedan od tri pristupa, i to za: individualni, ekspertski ili konsultativni. Ipak najbolje bi bilo da vlasnici preduzeća uvek sami pišu plan za sebe, uz stručnu pomoć kvalifikovanih konsultanata.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com