

Opšti faktori menadžmenta

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 15 | Nivo: Visoka poslovna škola

Sadržaj

Uvod 3 1. Planiranje međunarodnih -globalnih menadžment aktivnosti 3 2. Organizovanje međunarodnih-globalnih menadžment aktivnosti 5 3. Kontrola međunarodnih globalnih menadžment aktivnosti 9 4. Revizija međunarodnih - globalnih menadžment aktivnosti 11 Zaključak 13

Literatura 16

Opšti faktori menadžmenta

Rezime: Današnji menadžment je povezan sa racionalnim procesom obezbeđenja i osiguravanja usklađenosti i povezanosti potrebnih resursa u privrednom subjektu. Menadžment se jedino može primenjivati u situacijama predvidljive i statistički predvidljive promene, jer je to jedini način da u tim situacijama organizacija održi konkurentske prednosti. To se postiže uspostavljanjem pravila poslovanja koja su uređena putem faktora menadžmentima kvaliteta. U ovom seminarskom radu ću Vam objasniti faktore menadžmenta, a to su: planiranje, organizovanje, zapošljavanje, vođenje poslova i kontrolisanje.

Ključne reči: menadžment, faktori menadžmenta

Uvod

"Suština znanja je u tome da ono mora da se upotrebi."

Drevni mudrac Konfučije

Tehnološki progres- ima tendenciju ubrzanja. Na sadašnje stanje veoma velik uticaj ima burni razvitak tehnologije koji se dogodio u drugoj polovini prošlog veka. Taj razvoj se temeljio na tada klasičnim tehnologijama i na ratnim tehnologijama koje su bile visoke tehnologije za svoje doba. Ove tehnologije mogu se predstaviti sa svojim tipičnim tehničkim izumima: mlazni motor, atomska bomba, računar, V2 raketa, teški bombarderi, radar i dr. U posleratnom razdoblju ove tehnologije oplemenjuju klasične tehnologije i njihovim međudelovanjem nastaje čitav niz novih tehničkih mogućnosti i rešenja. Jedno od naupečatljivijih tehničkih postignuća jesu programi istraživanja i osvajanja svemira lansiranjem veštačkih satelita. Lansiranjem prvih satelita 1957. godine završava se era industrijske i počinje era informacijske revolucije.

1. Planiranje međunarodnih -globalnih menadžment aktivnosti

Proces planiranja bi se mogao podeliti u dve međusobno povezane faze. Strategijsko planiranje je izbor proizvoda i tržišta i određivanje ljudskih i finansijskih resursa neophodnih za ostvarivanje ovih ciljeva. Operativno planiranje je proces u kome se strategijski ciljevi u pogledu proizvoda ili tržišta i dodeljeni im resursi prevode u određene projekte i programe.

Planiranje se sprovodi i na nivou inostranih filijala i na centralnom ili nivou generalnog menadžera (matične kompanije kao celine).

Inostrana filijala bi trebalo da bude uključena u kratkoročno i u strategijsko planiranje .

Strategijsko planiranje se odnosi, pre svega^ na dugoročno predviđanje prodaje i srodna pitanja. I matična kompanija i filijale u inostranstvu odgovorne su za strategijsko planiranje. Na centralnom ili nivou generalnog menadžmenta (matične kompanije kao celine) glavni akcenat je na strategijskom planiranju. Osim toga, generalni menadžment pregleda i odobrava planove filijala. Faze procesa strategijskog planiranja na centralnom nivou su:

1. odluka o međunarodnom poslovanju,
2. određivanje obima međunarodnih poslovnih aktivnosti,
3. identifikovanje strategijskih centara,
4. skeniranje - istraživanje okruženja,
5. strategijska analiza,
6. definisanje ciljeva,
7. definisanje menadžment strategije,

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

www.maturskiradovi.net

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