

S A D R Ź A J	
1. UVOD.....	2
2. PREDMET, CILJ I METOD RADA	3
3. NASTANAK I RAZVOJ KOMPANIJE	4
3.1. Organizaciona struktura kompanije.....	5
3.1.1. Strategija korporacije Puma	6
3.1.2. Strategija Brand-a.....	7
3.1.3. Brendovi	8
3.2. Marketingške aktivnosti kompanije	10
3.2.1. PUMA modni show	11
3.2.2. Zaštitno lice PUMA	13
3.2.3. Korporacijske vrednosti	17
3.3. SWOT analiza	18
3.3.1. Snage i slabosti	20
3.3.2. Šanse i pretnje	21
4. POSLOVNO UPRAVLJANJE U PUMA	21
4.1. Upravni odbor	21
4.2. Supervizorska uprava	26
5. ZAKLJUČAK	27
LITERATURA	28

1. Uvod

Da bi se razumela suština transformacije organizacije PUMA, neophodno je razumeti prirodu organizacije kao fenomena društveno-ekonomskog razvoja društva i identifikovati osnovne uzroke nastanka promena.

Organizacija je evolucijski fenomen, svojstven zakonitostima postojanja i održanja svih struktura u svim procesima njihovog funkcionisanja. Kao takva, ona je i civilizacijski fenomen koji se javlja kao komponenta svih ljudskih, individualnih i društvenih aktivnosti i kao faktor sveukupnog razvoja čoveka i društva. Kao svesna ljudska aktivnost, organizovanje je traženje rešenja problema koji se javljaju na putu ostvarenja postavljenih ciljeva. Nijedan cilj se ne može ostvariti, bez odgovarajuće, odnosno nužne ili bar minimalne organizacije uslova, faktora i procesa potrebnih za ostvarenje cilja.

Transformacija organizacije predstavlja traženje najoptimalnijeg rešenja. Ne postoji savršena i idealna organizacija niti postoji savršen ili jedinstven model njene transformacije. To je trajan proces i treba imati u vidu da uvek postoji mogućnost za kvalitetnije organizovanje i upravljanje, a time i za povećanje uspešnosti organizacije. Zadatak ljudi u PUMA formaciji je da prepozna koja će tehnika, u određenoj situaciji, pod određenim uslovima i na određeno vreme najbolje doprineti postizanju ciljeva.

Za razvoj jedne organizacije kao što je PUMA potrebno je mnogo istraživanja i konceptualizacije.

2. Predmet, cilj i metod rada

Godine 1948., Adi je promenio ime kompanije u Adidas po sopstvenom imenu. Tada su njih dvojica prekinuli partnerstvo. Stariji brat Rudolf je osnovao drugu kompaniju pod nazivom PUMA koja je proizvodila i imala iste proizvode kao Adidas. Od tog momenta, njih dvojica postaju konkurencija.

PUMA se pridružuje berzi u Minhenu i Frankfurtu 1986. godine i u tom momentu ima 3200 zaposlenih i prodaju svojih proizvoda u više od osamdeset zemalja. Imovina kompanije dostize 1,2 milijardi eura u 2003.-oj godini.

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

www.maturskiradovi.net

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