

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Formulisane strategije u razvoju telekomunikacija". Rad ima 18 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.

ФОРМУЛИСАЊЕ СТРАТЕГИЈЕ У РАЗВОЈУ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЈА

Стратегијски менаџмент

САДРЖАЈ

1. Увод 3
2. Телекомуникациона мрежа 4
3. Фиксна телефонија 6
4. Мобилна телефонија 8
5. Интернет сервис 10
6. Кабловски системи 12
7. Мере и активности за израду стратегије у области телекомуникација 13
8. Стратешки циљеви 15
9. Закључак 17

Литература 18

УВОД

Менаџмент представља друштвену технологију и скуп знања која се примењују у процесу планирања, организовања, вођења и конторле у предузећу и омогућава ефикасност и ефективност предузећа.

Глобализација међународног и националног пословања утиче на све сегменте светске привреде. Све промене су последица информационах и телекомуникационих технологија, као и политичких промена.

Све промене се дешавају континуирано и на турбулентан начин утичу на све подсистеме једне државе. Да би држава успела да одржи корак са променама и да им се прилагоди, неопходно је да располаже информацијама о светским кретањима. Због тога се од топ менаџмента захтева да поседује одређена знања о стратегијском менаџменту.

Резултат новог концепта у пословној теорији и пракси јавља се реч стратегија која се све чешће користи у комуникацији. Стратегија се сматра науком и вештином коришћења начина да се остваре

циљеви и да стратегија представља рационално реаговање предузећа на догађаје у средини у којој обављају своју пословну активност.

Стратегијски менаџмент, као нова парадигма, настаје када настаје потреба да подручје менаџмента треба да се усмери на балансирање предузећа и променљиве средине. Некада су главни проблеми привреде били решавање оперативних проблема и то на основу претходних искустава. У савременој привреди, предузећа се морају окренути истраживању нових могућности за раст и развој предузећа и све то уз велики напор и време.

Формулисање стратегије је начин доношења одлука о достизању развојних циљева предузећа. Када се формулисање стратегије врши заједнички од стране свих менаџера то се назива стратегијско планирање.

Формулисање стратегије обухвата утврђивање различитих начина, односно различитих стратегијских опција за остварење мисије и циљева организације. Да би се овај процес остварио, неопходно је да се одговори на два изазова приликом стратегијског избора. Ти изазови су: краткорочни опстанак предузећа и обезбеђивање раста у наредном периоду.

Да би се формулисала одговарајућа стратегија неопходно је да се прво предложи стратегијска алтернатива, затим да се оцени алтернатива и донесе одговарајућа одлука. На крају се утврди хијерархија стратегије за различите нивое стратегије.

Формулисање стратегије у савременим и иновативним организацијама врши се на три нивоа: генерални, пословни и функционални. SWOT анализа је неопходна у оквиру првог дела истраживања анализе интерне и екстерне средине, јер се на тај начин врши боља процена стратегијске опције.

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com