

Marketing strategija

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 17

SADRŽAJ:

I UVOD.....	3.
1.Strategija, struktura i procesi.....	5.
2.Nivoi strategije.....	7.
3.Osobine pravog vođe.....	9.
4.Strategija usavršavanja proizvoda.....	12.
II ZAKLJUČAK.....	14.
III LITERATURA.....	16.

UVOD

Strategija u praksi usmjerava se na izazove sa kojima se suočavaju direktori koji doprinose diskusijama u vezi sa strategijama svojih preduzeća,uz kombinovanje dokaznih tehnika u praksi i relevantnih teorija za njih.Osjećaj za strategiju je važan element u rukovođenju uspješnim preduzećem.Strategija ,dobro smišljena i jasno argumentovana,neće uvijek biti najbolja strategija za preduzeće,i može postojati nekoliko dobrih rješenja,od kojih svako ima svoje mane i perdnosti.Ipak osnovni element uspješnog upravljanja.Ako znamo u kom pravcu pokušavamo da krenemo,i teške operativne odluke i odabiranje resursa mogu se vršiti sa više samopouzdanja.Postavljanje strateškog pravca za neko preduzeće je najslabiji posao sa kojim se suočava tim vodećih direktora.Ta složenost proizilazi iz raznih razloga koji su bitni za prevljenje strategije:

*Strategija je vezana za nepoznatu budućnost.

*Postoji puno puteva koje bi preduzeće moglo da slijedi.

*Preduzeća rade u dinamičnom,konkurentskom okruženju.

*Svaki direktor koji se bavi strategijom ima svoje stavove i motive,koji mogu a ne moraju biti eksplicitni.

*U odlučivanju o strategiji,pojedinaac je ograničen svojim predhodnim iskustvima,pretpostavkama tipa "zdravo za gotovo" ,pristrasnostima i predrasudama.

Na nivou razvoja strategije bice potrebno postaviti ciljeve i budžete kako bi se pomogla realizacija strategije.Stariji,iskusniji direktori moraju da donesu strateške odluke i suština njihovog rada jeste da se bore sa problemima strategije.Koncepte,tehnike i modele treba posmatrati kao ideje za razmišljanje.Ako članovi tima mogu da se ujedine u smislu velikog razumjevanja za pravac u kojem njihovo preduzeće treba da se usmjeri,oni mogu dobiti na samopouzdanju.Samopouzdanje da se prodje kroz stratešku promjenu može nastati i iz prošlih iskustava uspješne i efikasne promjene,ili iz ličnog iskustva uspješnog "rješenja".Ne postoje pravi odgovori,ali je nekakav osjećaj za strategiju bolji od nikakvog.To bi trebalo da bude oslobađajuća misao,da vas ohrabri kako biste se uključili u rješavanje strateških problema

Potrebna je vještina da znate kakva pitanja da postavite,sto vas zatim vodi u daljpotragu za informacijamai fokusira i daje strukturu budućoj strateškoj diskusiji koja može biti naporna i jako izazovna pa zato budite spremni da uđete u neprijatne debate.

Vjerovaćete zaista samo u strategiju koju ste vi stvorili a ona dolazi iz iskrenog učešća u procesu prevljenja strategije.Isto tako ako možete da postanete lider iznutra,uspjećete da budete i lider u spoljnoj stvarnosti,ljudi će željeti da vas slijede a kada se to desi uspješno ćete se nositi sa svakim izazovom na koji budete naišli.

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

www.maturskiradovi.net

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