

SADRŽAJ

Predgovor	7
1. Savremenici smo civilizacijskih promena	9
2. Kroki informatičkog razvojnog ciklusa	17
3. Svet kvalitativnih promena	27
3.1. Aktuelne kvalitativne promene	27
3.2. Kvalitativne promene	30
3.3. Proces sprovođenja kvalitativnih promena	35
3.4. Kvalitet kvalitativnih promena	36
3.5. Nov i nepoznat problem	37
3.6. Kvalitet i kvantitet	41
4. Privredno preduzeće i promene	45
4.1. Subjekti i aktuelne promene	45
4.2. Novo tumačenje preduzeća	48
4.3. Promene su uslov opstajanja, rasta i razvoja	51
4.4. Rast i razvoj preduzeća	55
4.5. Promenjeno i promenljivo preduzeće	58
5. Faktori uspešnosti u savremenom svetu	61
5.1. Zavisnost preduzeća od spoljnog sveta	61
5.2. Tehnološko-tržišna aktuelnost	62
5.3. Konkurentsko razvojna prednost	68
5.4. Strateške pozicije	72
6. Upravljanje promenama u radu i ponašanju	77
6.1. Kvalitet upravljanja	77
6.2. Strateško participativno upravljanje	81
6.3. Strategija je osnov upravljanja promenama	83
6.4. Paket mera za sprovođenje strategije preduzeća	88
6.5. Sprovođenje strategije preduzeća	90
7. Vitalnost preduzeća	95
7.1. Sposobnost i mogućnost nošenja sa promenama	95
7.2. Vitalnost faktora i rešenja	98
7.3. Novčani kapital	101
7.4. Tehničko-tehnološka osnova rada	104

7.5. Organizacija rada	107
7.6. Kultura i klima preduzeća	111
7.7. Ljudski faktor	112
8. IR rad je katalizator promena	119
8.1. Promene u strukturi ukupnog rada	119
8.2. Proces IR i unapređivačkog rada	120
8.3. Zadaci i organizacija IR funkcije	123
8.4. Projektno-timski rad	125
8.5. Obezbeđivanje aktuelnih rešenja	127
9. Tehnološko-proizvodni razvoj	133
9.1. Ekonomski interes i tehnološko-proizvodni i tržišni razvoj	133
9.2. Strategija tehnološkog razvoja preduzeća	136
9.3. Promene na proizvodu	138
9.4. Promene u procesu proizvodnje i poslovanja	142
9.5. Potvrda kvaliteta i zaštita industrijske svojine	145
10. Eksterni, tržišni razvoj	151
10.1. Interakcija sa okruženjem	151
10.2. Interesno povezivanje i udruživanje	157
10.3. Dislociranje proizvodnje i poslovanja	161
10.4. Transfer tehnologije	164
10.5. Međunarodna marketing strategija	167
11. Moramo da se menjamo	173
Rezime	177
Summary	179