

# С А Д Р Ж А Ј

<b>1. Карактеристике савременог пословања .....</b>	<b>5</b>
1.1. <i>Услови савременог пословања .....</i>	5
1.1.1. Глобализација као развојни процес у свету .....	7
1.1.2. Глобализација тржишта .....	9
1.2. <i>Утицај савремене технологије на пословну изврсност .....</i>	10
1.2.1. Привредне организације и технолошке промене .....	10
1.2.2. Улога високе технологије у савременом пословању .....	13
1.2.3. Технолошке промене и људски ресурси .....	14
1.3. <i>Управљање квалитетом у функцији постизања пословне изврности .....</i>	15
1.3.1. Квалитет и управљање привредном организацијом .....	15
1.3.2. Развој концепта управљања квалитетом .....	17
1.3.3. Систем менаџмента квалитетом .....	18
1.3.4. Концепт управљања тоталним квалитетом (TQM) .....	19
1.3.5. Концепт реинжењеринга .....	23
1.3.6. Реинжењеринг и унапређење квалитета пословања привредне организације .....	26
1.3.7. Бенчмаркинг као предуслов успешног тржишног позиционирања прив. организ. .....	26
<b>2. Тржиште и производ .....</b>	<b>28</b>
2.1. <i>Анализа тржишта и тражње .....</i>	28
2.1.1. Појмовно одређење тржишта .....	28
2.1.2. Нивои у одређивању тржишта .....	30
2.1.3. Тржишни механизам .....	32
2.1.4. Фазе у развоју тржишта .....	34
2.1.5. Сегментација тржишта .....	34
2.1.6. Појмовно одређивање тражње .....	35
2.1.7. Различити приступи посматрања тражње .....	36
2.1.8. Фактори тражње .....	37
2.1.9. Предвиђање тражње и продаје .....	38
2.2. <i>Производ .....</i>	41
2.2.1. Појам производа .....	41
2.2.2. Карактеристике (атрибути) производа .....	43
2.2.3. Животни век (циклус) производа .....	47
2.2.4. Фазе животног века производа .....	47
2.2.5. Економски (тржишни) животни век производа .....	49
2.2.6. Критика теорије животног циклуса производа .....	50
<b>3. Маркетинг и задовољавање захтева корисника .....</b>	<b>50</b>
3.1. <i>Привредна организација и тржиште .....</i>	51
3.1.1. Стратешка функција у организацији .....	51
3.1.2. Улога маркетинга у тржишном пословању .....	52
3.1.3. Основна димензија маркетинга .....	54
3.1.4. Маркетинг као пословна концепција .....	55
3.1.5. Маркетинг као пословна функција .....	56
3.1.6. Маркетинг као економски процес .....	57
3.1.7. Маркетинг као научна дисциплина .....	57
3.2. <i>Елементи маркетинг микса .....</i>	57

3.2.1.	Цена -Фактори цена .....	58
3.2.2.	Методи формирања цена .....	60
3.2.3.	Дефинисање политике цена .....	62
3.2.4.	Дистрибуција .....	63
3.2.5.	Канали продаје.....	63
3.2.6.	Сарадња произвођача и канала дистрибуције .....	65
3.2.7.	Промоција.....	67
3.2.8.	Облици и координација промотивних активности .....	69
3.2.9.	Тренд у маркетингу .....	70
3.3.	<i>Концепт маркетинга</i> .....	75
3.3.2.	Нови маркетинг модел .....	77
3.3.3.	Задовољство корисника.....	78
3.3.4.	Модел унапређења задовољства корисника .....	78
<b>4.</b>	<b>Менаџмент квалитета</b> .....	<b>79</b>
4.1.	<i>Пословна изврност и модели пословне изврности</i> .....	79
4.1.1.	Настанак и развој концепта TQM.....	79
4.1.2.	Појмовно одређење концепта .....	81
4.1.3.	TQM и потреба за унапређењем знања.....	82
4.1.4.	Модел TQM.....	83
4.1.5.	Јапански модел TQM .....	86
4.1.6.	Нови јапански модел TQM.....	87
4.1.7.	Амерички модел TQM .....	88
4.1.8.	Европски модел TQM .....	89
4.1.9.	Нови европски модел TQM.....	90
4.2.	<i>Континуално унапређење и алати и технике квалитета</i> .....	91
4.2.1.	Потреба за континуалним унапређењем квалитета .....	91
4.2.2.	Процес сталног унапређења.....	92
4.2.3.	Принципи примене концепта континуалног унапређења .....	93
4.2.4.	Типови обележја .....	93
4.2.5.	Принципи статистичког управљања квалитетом .....	93
4.2.6.	Узорковање .....	94
4.2.7.	Разлагање података .....	94
4.2.8.	Расипање података .....	94
4.2.9.	Алати квалитета.....	95
4.3.	<i>Квалитет у специфичним подручјима примене</i> .....	97
4.3.1.	Квалитет у услугама.....	97
4.3.2.	Систем менаџмента квалитетом у услугама .....	98
4.3.3.	TQM концепт услугама .....	98
4.3.4.	Систем менаџмента квалитетом у научно-истраживачким организацијама .....	99
4.3.5.	Квалитет у малим и средњим привредним организацијама.....	99
4.3.6.	Улога малих и средњих привредних организација у развоју национ. економије ..	100
4.3.7.	Специфичности управљања у малим и средњим привредним организацијама .....	102
4.3.8.	Примена система управљања у малим и средњим привредним организацијама...	102
<b>5.</b>	<b>Улога знања у унапређивању перформанси савремене привреднаеорганизације</b> .....	<b>104</b>
5.1.	<i>Знање и продуктивност</i> .....	104
5.1.1.	Унапређивање продуктивности знања као императив савременог пословања .....	105
5.1.2.	Знање као основни пословни ресурс.....	106
5.2.	<i>Унапређивање знања као елемент развоја конкурентности привред. организација</i> .....	109

5.3.	<i>Образовање – претпоставка успешног развоја пословања привредне организације.....</i>	<i>109</i>
5.4.	<i>Људски ресурси – услов успешног пословања привредне организације .....</i>	<i>110</i>
5.4.1.	Значај стратегијског менаџмента људских ресурса .....	114
5.4.2.	Планирање потенцијала људских ресурса .....	116
5.4.3.	Селекција људских ресурса .....	117
5.4.4.	Обучавање и образовање .....	118
5.4.5.	Процена успешности људских ресурса .....	121
5.4.6.	Развој потенцијала људских ресурса .....	122
5.4.7.	Руковођење.....	124
5.4.8.	Истраживање улоге руководиоца у примени концепта квалитета.....	14427
5.4.9.	Организовање и квалитет .....	1473
5.4.10.	Мотивација и квалитет .....	1506
5.4.11.	Комуникација и квалитет .....	15249
5.4.12.	Контрола, људски ресурси и квалитет.....	1531
5.4.13.	Организациона култура и клима.....	153