

SADRŽAJ

SADRŽAJ	3
PREDGOVOR TREĆEM IZDANJU	7
PRVI DEO: UVOD	9
1. LJUDSKI RAD	9
2. ORGANIZACIJA	12
2.1. ORGANIZACIJA KAO LJUDSKA TVOREVINA	13
2.2. ORGANIZACIJA KAO PROUČAVANJE I ORGANIZOVANJE LJUDSKOG RADA – MENADŽMENT	15
2.3. ZNAČAJ PROUČAVANJA ORGANIZACIJE RADA I UPRAVLJANJA	17
3. UPRAVLJANJE	18
3.1. NASTANAK MENADŽERSKOG DRUŠTVENOG SLOJA	19
3.2. PODELA MENADŽMENTA	22
4. PROMENE U SISTEMU ČOVEK-RAD-ORGANIZACIJA	23
TEKOVINE MODERNE ORGANIZACIJE RADA U INDUSTRIJSKOM DOBU	24
VELIKA PROMENA	25
DRUGI DEO: PROUČAVANJE ORGANIZACIJA	29
1. KLASIFIKACIJA PROUČAVANJA ORGANIZACIJA	29
2. POČETAK PROUČAVANJA ORGANIZACIJA	32
3. PRAVCI I ŠKOLE MENADŽMENTA	34
3.1. KLASIČNE TEORIJE MENADŽMENTA.....	34
3.1.1. Naučno upravljanje	34
3.1.2. Administrativno upravljanje	38
3.1.3. Birokratska teorija upravljanja	42
3.2. BIHEJVIORISTIČKE TEORIJE MENADŽMENTA.....	47
3.2.1. Teorije o motivaciji za rad	51
3.2.2. Teorije o strukturi i distribuciji moći u organizacijama	58
3.2.3. Teorija odlučivanja	67
3.3. KVANTITATIVNE TEORIJE MENADŽMENTA	73
3.3.1. Operaciona istraživanja	74
3.3.2. Kibernetika i teorija informacija	78
3.3.3. Teorija sistema	83
TREĆI DEO: REVOLUCIJA U MENADŽMENTU	91
1. MENADŽMENT: ŠTA JE TO U STVARI?	91
2. OTKLOPITE MOZAK I PUSTITE MAŠTU DA RADI	99
Brz ili mrtav	100
Radoznalost	104
Sjajno	106

3. ULOGA KREATIVNOSTI U DEFINISANJU CILJEVA I STRATEGIJE PREDUZEĆA	106
POTREBA ZA KREATIVNIM MIŠLJENJEM	108
UNAPREĐENJE KREATIVNOSTI	113
IZVORI KREATIVNOSTI	116
UČENJE KREATIVNOSTI	117
CILJEVI FIRME	119
STRATEGIJA PREDUZEĆA	123
4. REINŽENJERINGOM DO VIRTUELNIH ORGANIZACIJA	126
OSNOVNE KARAKTERISTIKE VIRTUELNIH KORPORACIJA	128
REINŽENJERING JE ALAT POMOĆU KOJEG SE STVARA VIRTUELNA KORPORACIJA	130
KULTURA ORGANIZACIJE KAO ZAKLJUČAK	132
5. KULTURA ORGANIZACIJE	133
ČETVRTI DEO: LJUDI U MENADŽMENTU	139
1. ČOVEK U ORGANIZACIJI	139
1.1. LIČNOST	139
Autentična i reaktivna ličnost	141
Ličnosti u organizacijama	141
1.2. TEMPERAMENT	145
1.3. KARAKTER	146
Primalački karakter	146
Izrabljivačka orijentacija karaktera	147
Zgrtački orijentisan karakter	147
Tržišna orijentacija karaktera	148
Produktivna orijentacija karaktera	149
1.4. PONAŠANJE POJEDINCA	149
2. PONAŠANJE LJUDI U ORGANIZACIJAMA	150
2.1. PONAŠANJE LJUDI UDVOJE – KOMUNICIRANJE	150
Uticaj na ponašanje	151
Načini sticanja autoriteta	151
2.2. PONAŠANJE LJUDI U GRUPI OD 3 – 20 LJUDI	152
Komunikacije	153
Funkcionisanje grupa	153
Osnovni elementi za dobro vođenje sastanka su:	154
2.3. LJUDI U ORGANIZACIJI	155
3. RUKOVOĐENJE	156
3.1. ORGANIZACIONA KLIMA I RUKOVOĐENJE	156
Autoritarna klima sa elementima represije	157
Autoritarna klima	158
Kvazidemokratska klima	158
Klima dezintegrisanosti	159
Birokratska klima	159
Kooperativna klima	160
Demokratska klima	161

3.2. PROFIL MENADZERA	162
3.3. STILOVI RUKOVODENJA	165
3.4. USPESNOST MENADZMENTA	169
3.4.1. Redinov model uspesnosti stilova rukovodenja	169
3.4.2. Unutrasnje karakteristike uspesnih menadzera	174
3.5. LIDER	182
3.6. STVARANJE USPESNIH MENADZERSKIH TIMOVA	189
PETI DEO: OBRAZOVANJE ZA MENADZMENT	195
1. OBRAZOVANJE ZA UPRAVLJANJE I RUKOVODENJE	195
1.1. CIJEVI OBRAZOVANJA	196
1.2. OBRAZOVANJE LIDERA	203
2. OBRAZOVANJE MLADIH ZA PREDUZIMIVOST	207
2.1. CIJEVI OBRAZOVANJA ZA PREDUZIMIVOST	208
2.2. PLAN I PROGRAM VANINSTITUCIONALNOG OBRAZOVANJA ZA PREDUZETNISTVO	209
2.3. PROGRAM KURSA "OBRAZOVANJE MLADIH ZA RESAVANJE PROBLEMA"	209
3. OBRAZOVANJE ZA PREDUZETNISTVO NA UNIVERZITETIMA	214
Algoritam resavanja problema	215
Konceptija sadržaja – o obrazovanju za preduzetnistvo	218
PRILOG 1	221
PRILOG 2	230
LITERATURA	240