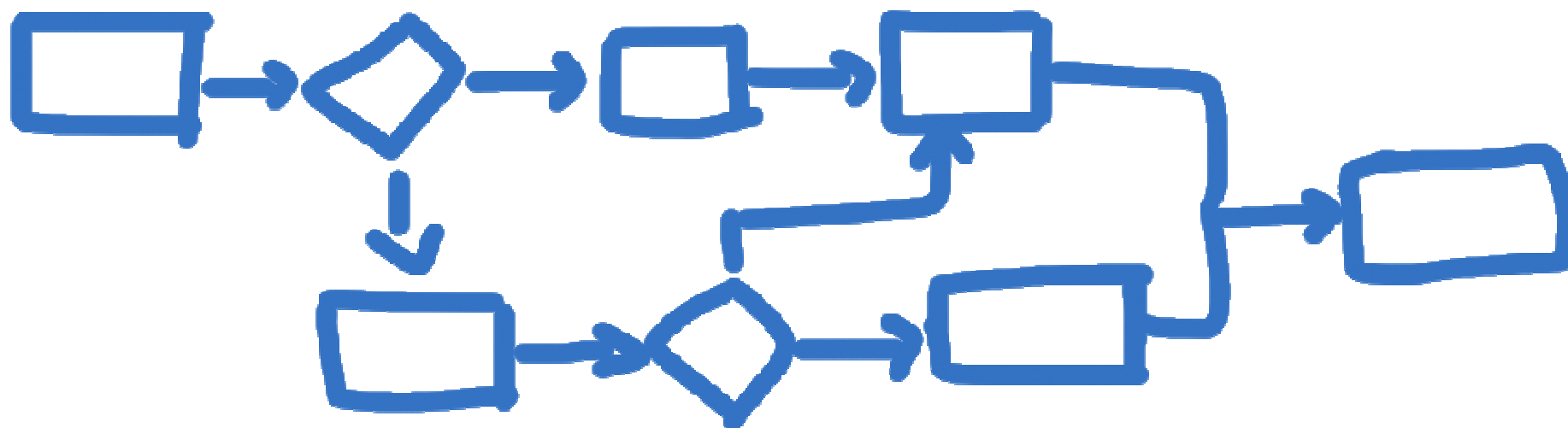
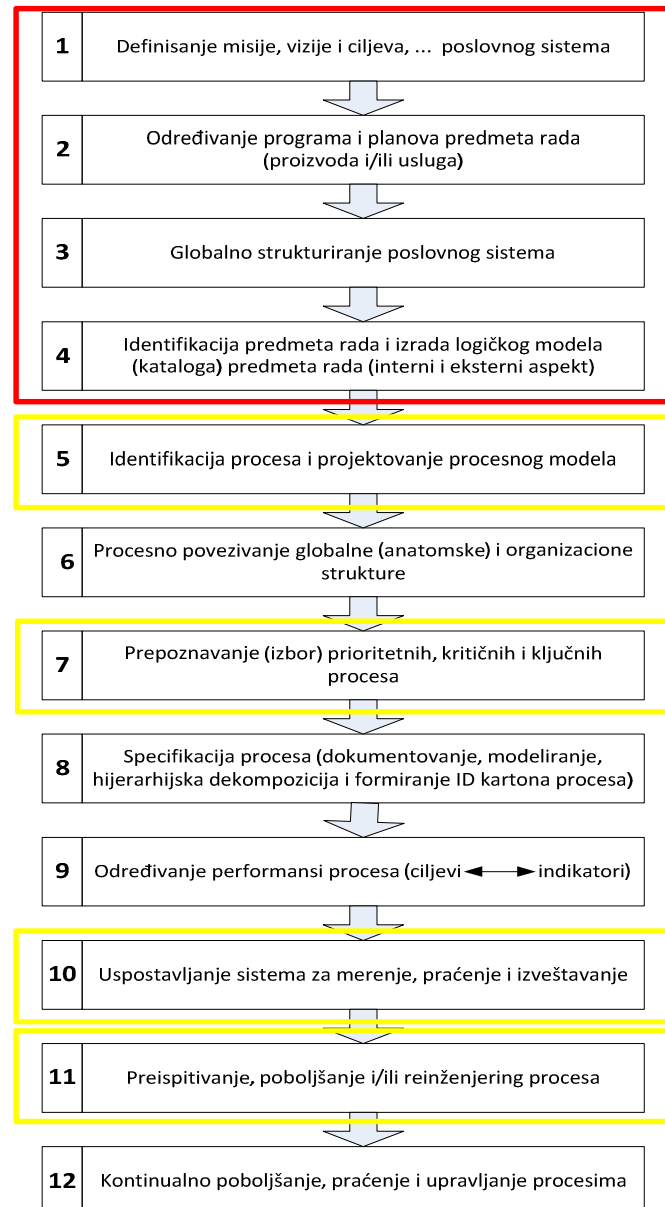




GLOBALNO STRUKTURIRANJE POSLOVNOG SISTEMA
IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA

UNIVERZALNA TEHNOLOGIJA PROCESNOG PRISTUPA



DEFINISANJE MISIJE, VIZIJE I CILJEVA (1)

- Misija
 - svrha postojanja preduzeća
 - treba da objasni šta organizacija treba da uradi poslujući u određenoj grani;
 - daleki cilj koji se možda nikada neće dostići, zašto kompanija postoji;
 - predstavlja osnovu za kasniju identifikaciju predmeta rada.

DEFINISANJE MISIJE, VIZIJE I CILJEVA (2)

- Vizija
 - pravac u kome kompanija želi da se kreće, idealno buduće stanje kompanije,
 - treba da odgovara interesima većeg broja stakeholdera preduzeća,
 - da bude izvodljiva i fleksibilna,
 - da se može objasniti u par minuta,
 - osnova za identifikaciju merljivih ciljeva preduzeća.

DEFINISANJE MISIJE, VIZIJE I CILJEVA (3)

M I S I J A	U POGLEDU SVRHE POSTOJANJA	POVEZUJE POSTOJEĆE SA BUDUĆIM VREMENOM	U POGLEDU STANJA POSLOVNOG SISTEMA	V I Z I J A
		OPISUJE ŽELJENU BUDUĆNOST		
		OKUPLJA OKO ZAJEDNIČKE SLIKE BUDUĆNOSTI		
		REALISTIČNA, POUZDANA, AKTIVIRANA BUDUĆNOST		
		DOBRO OPŠTE USMERENJE		
		SAGLASJE SVIH ZAPOSLENIH		



1. DAJU SMISAO ČOVEKOVOM RADU



2. MOBILIŠU I ANGAŽUJU SVE ZAPOSLENE



3. OSLOBAĐAJU OGROMNU POZITIVNU
POKRETAČKU SNAGU

DEFINISANJE MISIJE, VIZIJE I CILJEVA (4)

- Misija i vizija moraju biti jasno definisane, kako bi svaki zaposleni svojim svakodnevnim radom intuitivno doprinosio njihovom ispunjenju.
- U ovoj fazi je preporučljivo identifikovati i ciljeve poslovnog sistema, kako bi bilo moguće izmeriti napredak koji se primenom inženjeringa procesa postiže.
- U preduzeću je potrebno preispitati misiju, viziju i ciljeve – i ukoliko nisu dobro definisane – preformulisati ih

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (1)

- Misija kompanije A je da svakom svom kupcu pruži najbolju vrednost za novac kroz korektan odnos i zadovoljstvo kupaca proizvodima, sa akcentom na kvalitetu proizvoda i pristupačnim cenama.
- Vizija kompanije A je da bude najbolja u regionu u svojoj branši, da održi prepoznatljivost firme kao pouzdanog, nezaobilaznog partnera kod saradnika, da bude merilo kvaliteta i profesionalnosti u svim segmentima poslovanja .

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (2)

- Misija kompanije B je da potrošačima ponudi kvalitetne i pouzdane usluge uvažavajući zahteve svih zainteresovanih strana.
- Kompanija radi na razvijanju dobrih poslovnih odnosa sa partnerima, što dovodi do uspešnije međusobne saradnje. Uz sve to Kompanija B vodi stalnu brigu o okruženju u kome se nalazi poštujući zahteve u pogledu očuvanja životne sredine.
- Vizija kompanije B je širenje primene tehnologija kojim Kompanija raspolaže i unapređenje postojećih stručnih znanja koja su vezana za njih.
- Pored toga, Kompanija B je strateški opredeljena za osvajanje i uvođenje plazma tehnologija u svoje pogone koje imaju primenu u drugim oblastima kao što su mikroelektronika, medicina, obnovljivi izvori energije i dr.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (3)

- Misija Kompanije C je realizacija raznovrsnih projekata i usluga u oblastima energetike, ekologije, vodoprivrede, visokogradnje, industrije i infrastrukture, u skladu sa zahtevima naručilaca, zakonske regulative, standarda i drugih normi.
- Vizija Kompanije C je da u oblastima svog delovanja ostane na vodećoj poziciji u Republici Srbiji i da bude rangirana kao značajna kompanija u svetskim razmerama

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (4)

- Misija Kompanije D je zadovoljstvo korisnika, postizanje maksimalnih rezultata u proizvodnji čarapa kroz permanentno održavanje i poboljšanje kvaliteta, usavršavanje radne snage i opreme, unapređenje i optimizaciju procesa, praćenje i prilagođavanje tržišnim uslovima i zahtevima.
- Vizija Kompanije D je podizanje kvaliteta proizvoda na najviši mogući nivo, proširenje proizvodnog programa, primena novih tehnologija i povećanje tržišnog učešća u narednih nekoliko godina.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (5)

- Misija Kompanije E je pažljivo odabiranje mleka koje se stvara na širem području planina Povlena, Zlatibora i Tare.
- Vizija Kompanije E je da postane vodeća mlekara u Zapadnoj Srbiji, kroz proširenje proizvodnje, efikasno upravljanje i povećanje stručnog kadra, kao i da sačuva 37 vrsta flore, 60 vrsta sisara, 19 vrsta ptica, 37 vrsta riba i 88 zakonom zaštićenih predstavnika faune.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (6)

- Misija Kompanije F je da bude na usluzi klijentima, svojom kompletnom ponudom visoko kvalitetnih finansijskih usluga. Usklađena i najnovija praksa u upravljanju Kompanije omogućava da iskoristi svoj potencijal, da posluje na transparentan i mudar način i da primenjuje proaktivan pristup inovacijama. Kompanija je posvećena izgradnji društva koje unapređuje ljudske odnose, štiti okolinu i stvara jednake šanse za osobe sa posebnim potrebama.
- Vizija Kompanije F je da postane vodeća univerzalna banka u Srbiji kroz dinamičan rast, efikasno korporativno upravljanje i snažnu posvećenost društvenoj odgovornosti. Kompanija gradi svoj uspeh na tri stuba: stručnost kadrova, poznavanje lokalnih i regionalnih tržišta i savesna izgradnja izuzetnih odnosa sa klijentima.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (7)

- Misija Kompanije G je proizvodnja vina vrhunskog kvaliteta, koje će biti konkurentno italijanskim i francuskim vinima.
- Vizija Kompanije G je podizanje kvaliteta proizvoda na najviši mogući nivo, proširenje proizvodnog programa, i izlazak na inostrano tržište.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (8)

- Misija Kompanije H je integracija visoko-obrazovanog i posvećenog ljudskog potencijala, sa najnovijim dostignućima u štamparskoj industriji, kako bi se osigurala rešenja i proizvodi koji su superiorni u kvalitetu, na vreme isporučeni i cenom efektivni za kupce. U svemu što se radi teži se ekspeditivnosti i perfekcionizmu, tretirajući svakoga dostojanstveno i respektabilno.
- Vizija Kompanije H je poštovanje i očuvanje istinskih vrednosti, kao što su integritet, hrabrost podržana istraživanjem i činjenicama, inovacije bazirane na želji za trajnim i kontinuiranim razvojem i društvena odgovornost, u bilo kojem vremenu kako bi se postigla superiornost u poslovnim operacijama, ljudskim resursima, briga o kupcu, kvalitetu proizvoda, te stvorila mogućnost da se zadrži vodeća pozicija na tržištu Srbije i regiona.

DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (9)

- Misija Kompanije I je pronalaženje optimalne mere i kompromisa između različitih ciljeva koje nameće savremeno poslovanje: (1) između brzog rasta i stabilnosti, (2) masovnih transakcija i individualnog pristupa klijentima, (3) poštovanje standarda i fleksibilnosti, (4) globalnog i lokalnog tržišta, (5) profita i društvene odgovornosti.
- Vizija Kompanije I je da postane kompanija preferencijalnog izbora za klijente, fizička i pravna lica, poslujući sa osećanjem odgovornosti prema klijentima, zaposlenima, stejkholderima i društvenoj zajednici.

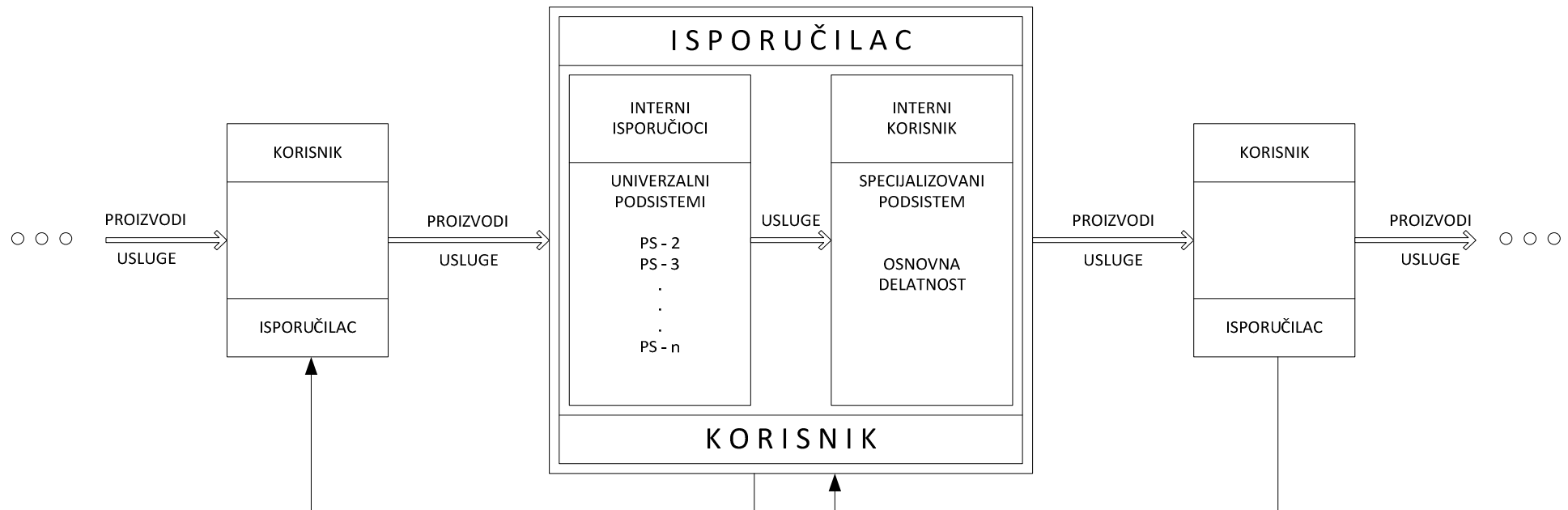
DEFINISANJE MISIJE I VIZIJE – PRIMERI (10)

- Misija Kompanije J je proizvodnja pekarske opreme visokog kvaliteta i konstatno zadovoljenje potreba korisnika.
- Vizija Kompanije J je da postane vodeći proizvođač pekarske opreme na domaćem tržištu, preko zadovoljenja svojih kupaca na svim nivoima kvaliteta, a u budućnosti da se probije na evropsko tržište kao jedinstveni brend.

Određivanje programa i planova predmeta rada (proizvoda/usluga)

- Opšti skup predmeta rada;
- Definiše se skup vrsta proizvoda i/ili usluga;
- Urađen kod poslovnih sistema koji već funkcionišu.

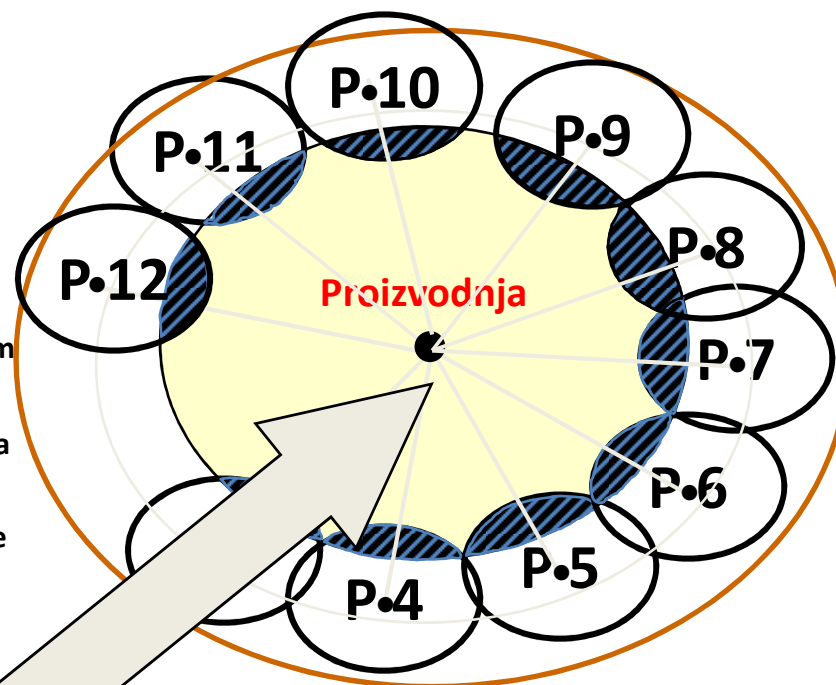
Anatomsko strukturiranje poslovnog sistema – model “Isporučilac – Korisnik”



Strukturiranje kao osnova za organizovanje složenog poslovnog sistema

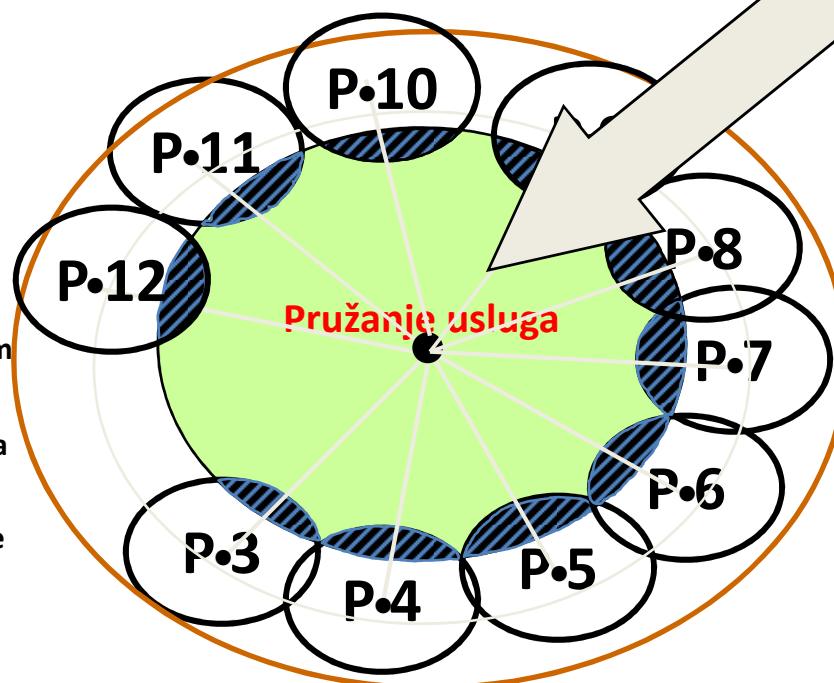
P1. Podsystem proizvodnje

- P2. Podsystem upravljanja
- P3. Podsystem nabavke
- P4. Podsystem prodaje
- P5. Podsystem finansija
- P6. Podsystem kadrova
- P7. Pravno-normativni podsystem
- P8. Informacioni podsystem
- P9. Podsystem razvoja
- P10. Podsystem marketinga
- P11. Podsystem kvaliteta
- P12. Podsystem ekonomike



P1. Podsystem usluga

- P2. Podsystem upravljanja
- P3. Podsystem nabavke
- P4. Podsystem prodaje
- P5. Podsystem finansija
- P6. Podsystem kadrova
- P7. Pravno-normativni podsystem
- P8. Informacioni podsystem
- P9. Podsystem razvoja
- P10. Podsystem marketinga
- P11. Podsystem kvaliteta
- P12. Podsystem ekonomike



Globalno strukturiranje poslovnog sistema (1)

Procesni pristup i anatomska struktura poslovnog sistema:

GLOBALNI NIVO

1. ↓	GLOBALNI (integralni, svodni, osnovni) predmet rada
2. ↓	GLOBALNI PROCES (specijalizovani) ■ proces proizvodnje ili pružanja usluga ■ proces osnovne delatnosti ■ onaj proces koji određuje posebnost, specijalizovanost posmatranog P.S.
3. ↓	SPECIJALIZOVANI DEO, ANATOMSKI DEO P.S.

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (2)

Procesni pristup i anatomska struktura poslovnog sistema:

DALJA
HIJERARHIJSKA
DEKOMPozICIJA

GLOBALNI NIVO	4. ↓	OSTALI (univerzalni) GLOBALNI PROCESI – bez kojih specijalizovani globalni proces ne može funkcionisati		
	5.	OSTALI DELOVI ANATOMSKE STRUKTURE P.S. → podsystemi poslovnog sistema . . .		
PROJEKTOVANJE I IZRADA DEFINISNJE		LOGIČKOG STABLA LOGIČKOG MODELA ... KATALOGA za specijalizovani i univerzalne podsysteme P.S.	1. Predmeta rada ↓ 2. PROCESA	

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (3)

PRIMER: poslovni sistem čija je osnovna delatnost

“Proizvodnja ekskluzivnih suhomesnatih proizvoda“

① **EKSKLUZIVNI SUHOMESNATI PROIZVODI**



② **PROIZVODNJA EKSKLUZIVNIH SUHOMESNATIH PROIZVODA**



③ **Specijalizovani anatomski deo poslovnog sistema je
“PROIZVODNJA EKSKLUZIVNIH SUHOMESNATIH PROIZVODA“**

Ovaj deo obuhvata, po pravilu, pripremu proizvodnje, proizvodnju, završni deo proizvodnje i održavanje. Ovakav deo nema nijedan poslovni sistem koji se ne bavi ovom delatnošću, ali ga zato imaju svi koji se bave istom delatnošću. To je njihova specijalnost, posebnost, prepoznatljivost.

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (4)

PRIMER: poslovni sistem čija je osnovna delatnost
“Proizvodnja ekskluzivnih suhomesnatih proizvoda”



④ **Da bi proces “PROIZVODNJA EKSKLUZIVNIH SUHOMESNATIH PROIZVODA” mogao da funkcioniše, imao smisla i td. potrebni su ulazi koje obezbeđuju sledeći globalni procesi:**

1. Istraživanje tržišta (prodaje i nabavke)
2. Prodaja (ekskluzivnih suhomesnatih proizvoda)
3. Nabavka (svega potrebnog za proizvodnju i ostale delove poslovnog sistema)
4. Obezbeđenje finansijskih sredstava (uključuje i sve tokove tih sredstava)
5. Izrada kalkulacija (svih cena, mogućih stanja sistema, ...)
6. Pribavljanje ljudskih resursa
7. Primena i poštovanje svih normi, pravila, ...
8. Uspostavljanje i razvoj poslovnog sistema
9. Upravljanje (poslovnim sistemom, delovima sistema, procesima, resursima, kvalitetom i td.)

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (5)

PRIMER: poslovni sistem čija je osnovna delatnost
“Proizvodnja ekskluzivnih suhomesnatih proizvoda”



⑤ **Univerzalni anatomske delovi, definisani po kriterijumu tehnologije izvršenja globalnih univerzalnih procesa, su:**

1. marketing
2. prodaja
3. nabavka
4. finansije
5. ekonomika
6. kadrovi (ljudski resursi)
7. pravno-normativni deo
8. razvoj
9. upravljanje

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (6)

PRIMER: poslovni sistem čija je osnovna delatnost obrazovanje

- ① **DIPLOMIRANI INŽENJERI PROCESA** su globalni predmet rada obrazovne institucije, odnosno, Fakulteta za inženjering procesa.



- ② **OBRAZOVANJE DIPLOMIRANIH INŽENJERA PROCESA** je specijalizovani globalni proces.

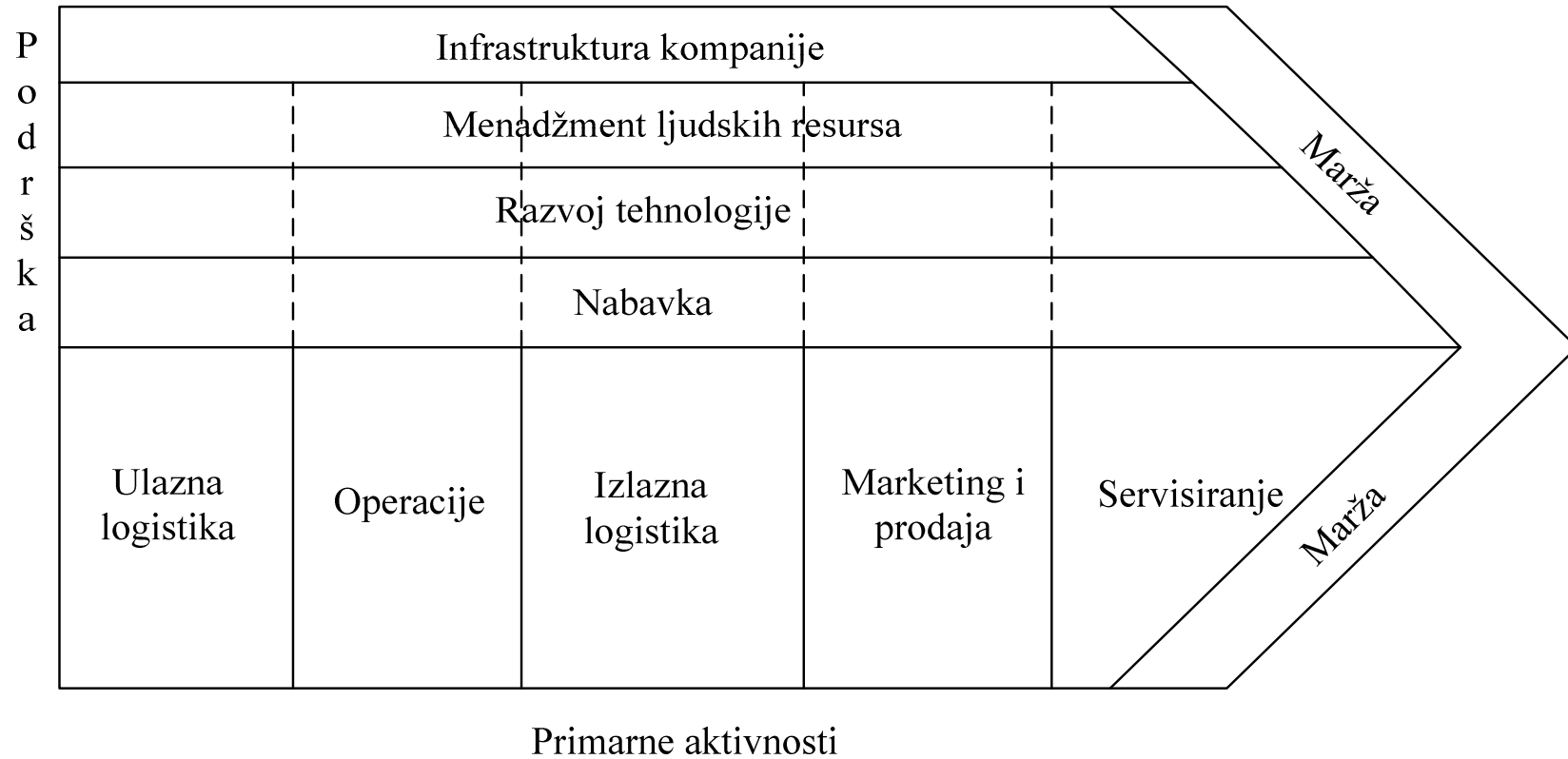


- ③ **OBRAZOVANJE DIPLOMIRANIH INŽENJERA PROCESA** je specijalizovani anatomski deo obrazovnog poslovnog sistema.

Globalno strukturiranje poslovnog sistema (7)

R. Br.	Naziv	Oznaka
1	Osnovna delatnost	S
2	Marketing	M
3	Nabavka	N
4	Prodaja	P
5	Ekonomika	E
6	Finansije	F
7	Kadrovi	K
8	Pravno-normativni	D
9	Upravljanje	U
10	Razvoj	R

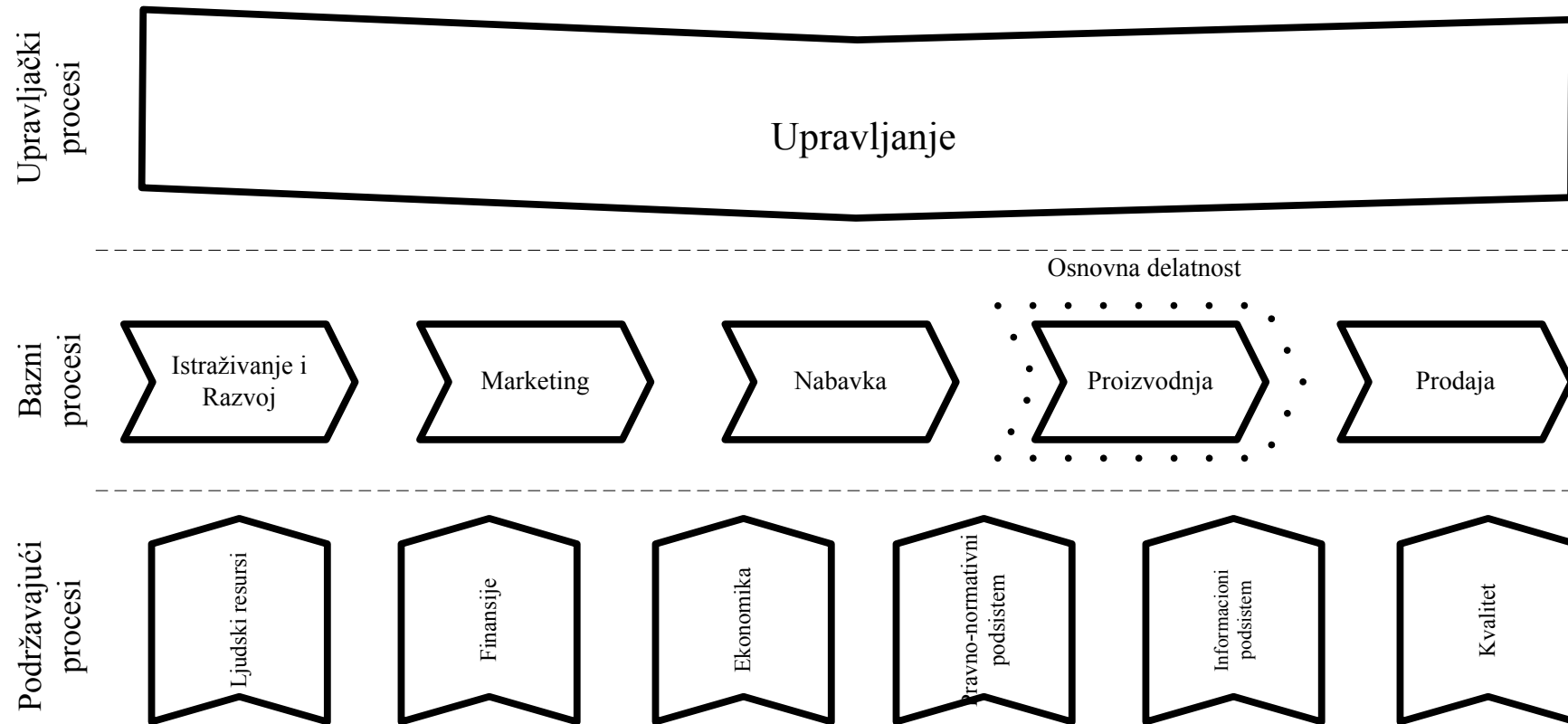
Kako se stvara vrednost – lanac vrednosti



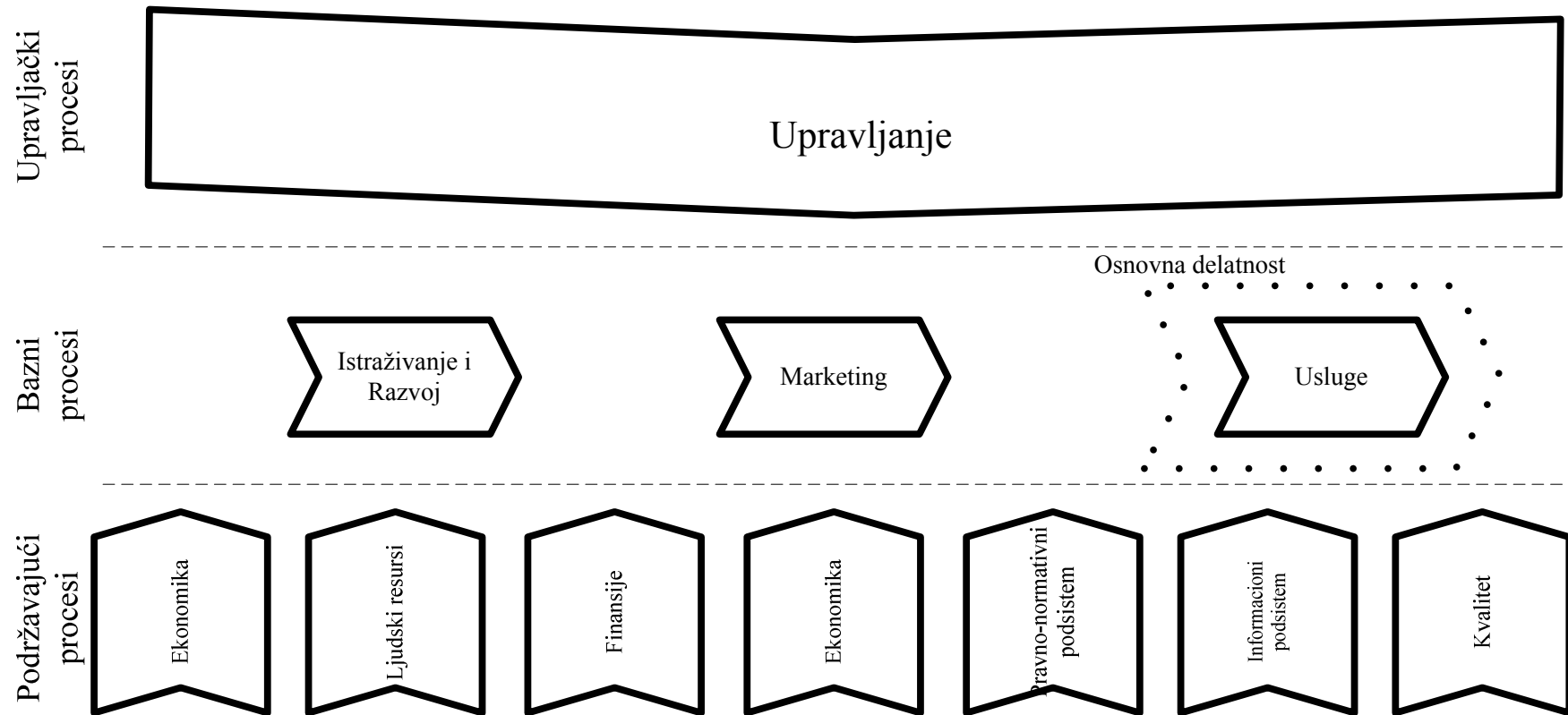
Šta su bazni procesi?

- Bazni ili operativni procesi se odvijaju u okviru lanca vrednosti poslovnog sistema;
- Odvijanjem baznih procesa se stvara vrednost za krajnjeg korisnika, i zadovoljstvo korisnika je u najvećoj meri vezano za uspešno odvijanje upravo tih procesa;

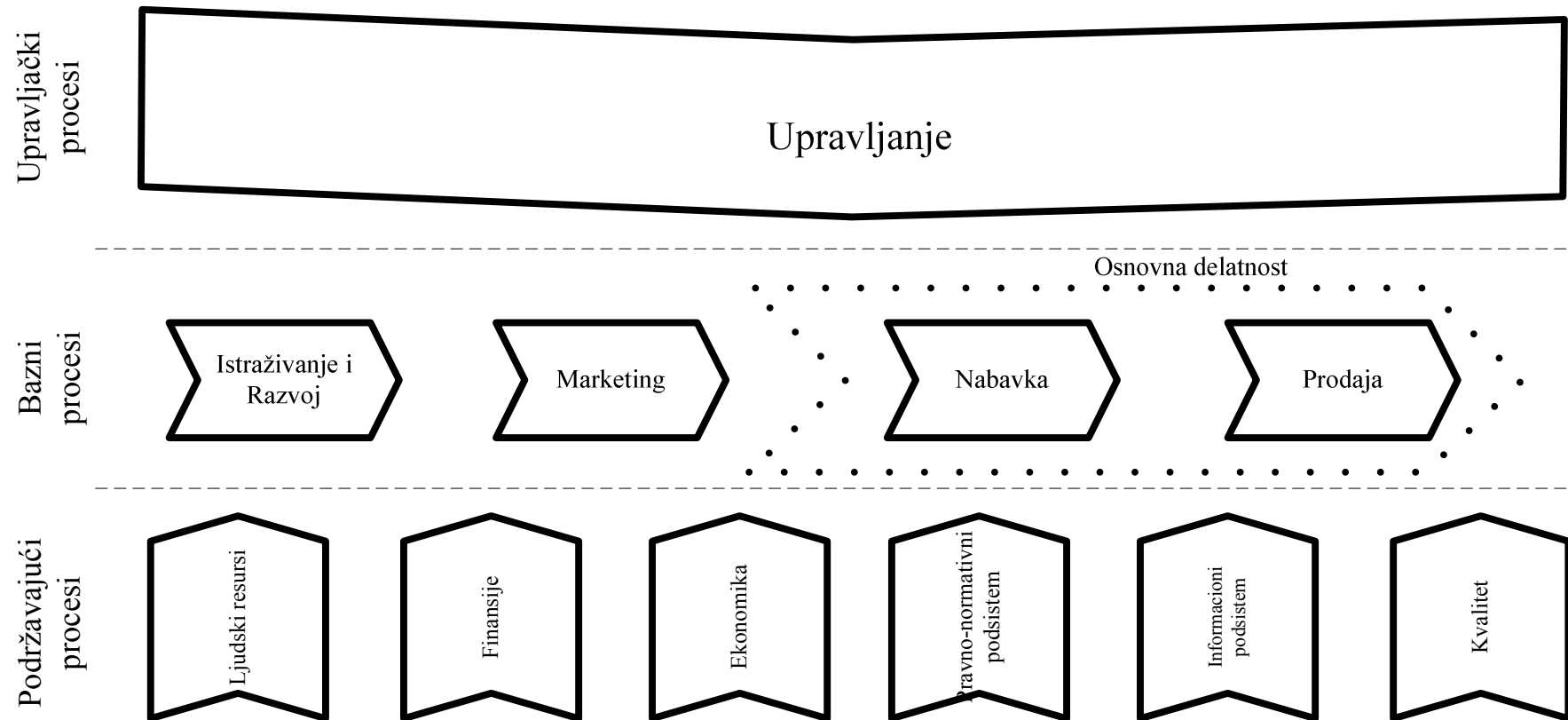
Lanac vrednosti – proizvodni PS



Lanac vrednosti – Banka



Lanac vrednosti – Prodaja ili distribucija



IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA

- Pod predmetom rada se podrazumevaju proizvodi i usluge
- Identifikacija predmeta rada obezbeđuje sistematičnost u identifikaciji procesa, laku i preciznu identifikaciju procesa
- Rezultat treba da bude: logičko stablo predmeta rada ili logički model predmeta rada ili katalog predmeta rada
- Identifikuje se predmet rada za svaki od podistema poslovnog sistema

PRINCIPI IDENTIFIKACIJE PREDMETA RADA

- a. Predmet rada odnosno proizvod i/ili usluga je sve ono što nekome (kupcu, korisniku, drugom delu organizacionog sistema, ...) treba, što isporučilac (proizvođač, onaj koji uslugu pruža) može da isporuči i što ima svoju cenu i troškove nastajanja.
- b. Usitnjavanje krupnih predmeta rada treba vršiti sve dotle dok i najsitniji delovi ispunjavaju uslove navedene pod a).
- c. Pri sagledavanju i analizi predmeta rada posmatranog organizacionog sistema treba uzeti u obzir predmete rada koji su trenutno aktuelni, predmete rada koji su bili aktuelni ranije a sada nisu i predmete rada koji do sada nisu bili u planovima i programima, ali u budućnosti mogu biti aktuelni.

PRINCIPI IDENTIFIKACIJE PREDMETA RADA

- d. Pri određivanju da li je neki predmet rada aktuelan ne treba se rukovoditi čisto ekonomskim kriterijumima, već i tehnološkim i organizacionim. To znači, u skup predmeta rada treba uključiti i one za koje trenutno ne postoji ekonomski interes ali mogu biti traženi i može ih posmatrati organizacioni sistem proizvesti odnosno pružiti.
- e. U obzir treba uzeti i one predmete rada koje posmatrati organizacioni sistem ne može sam stvoriti već ih može ponuditi samo u sadejstvu sa drugim organizacionim sistemima.
- f. Kada se radi o internim uslugama, a ponekad i proizvodima, (računovodstvo kao deo sistema svojim radom podržava osnovnu delatnost) važe isti principi kao i kod eksternih predmeta rada.

ZAŠTO KATALOG PREDMETA RADA?

- Radi sprovođenja sledećeg koraka procesnog pristupa “Identifikacija i klasifikacija procesa”
- Osnova za planiranje, pripremu i realizaciju marketinških aktivnosti.
- Katalog predmeta rada je nešto što treba da bude jasno, vidljivo i prepoznatljivo svakom potencijalnom kupcu.

POJAVNI OBLICI KATALOGA PREDMETA RADA

- Homogen

- Primer:

1. Usluge inženjeringa

1.1 Usluga projektovanja

1.1.1. Usluge izrade urbanističke dokumentacije

1.1.2. Usluge projektovanja objekata i infrastrukture

1.1.3.

1.2 Usluga građenje objekata

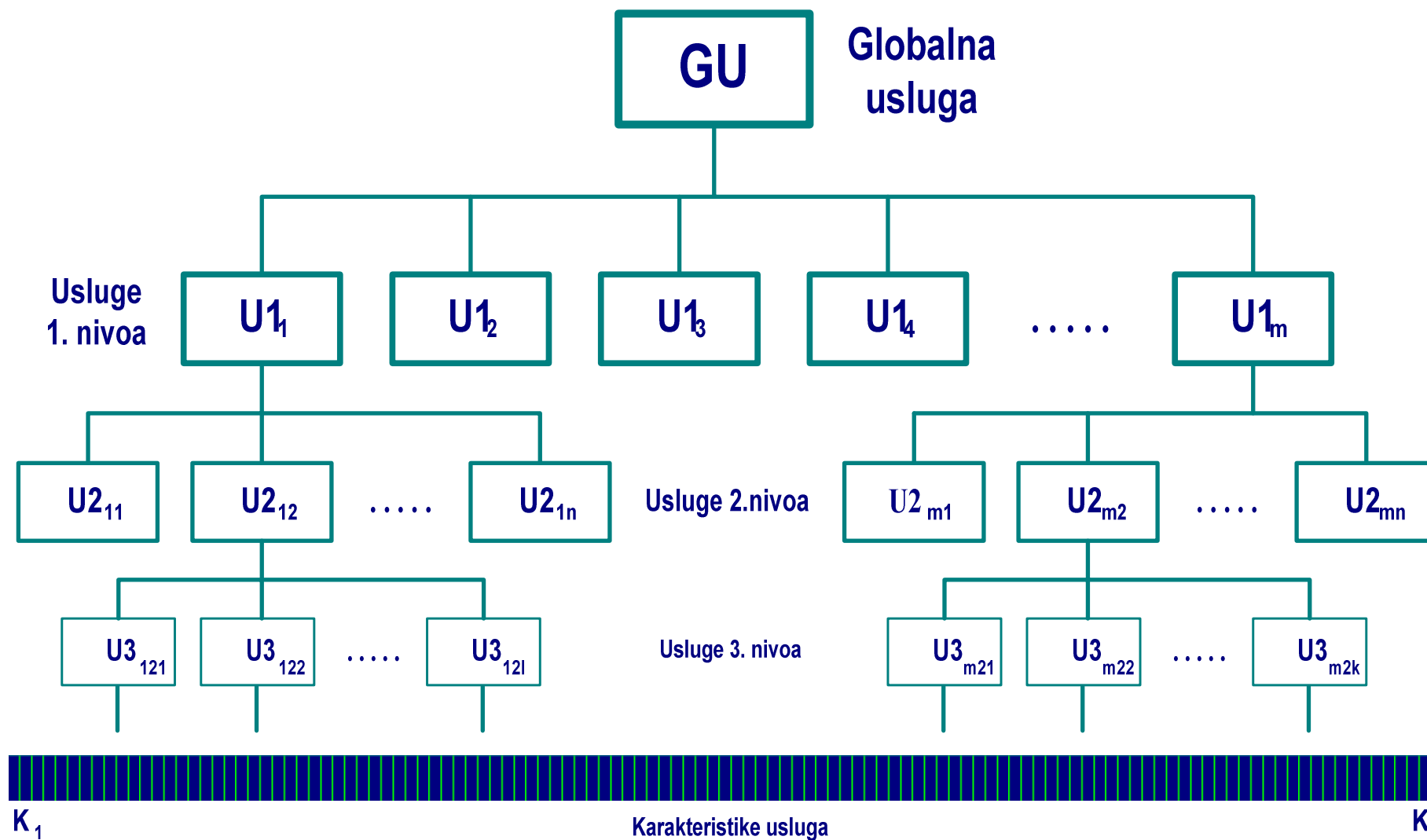
1.2.1. Usluge izrade planova građenja

1.2.2. Usluge pripreme i organizacije gradilišta

1.2.3. Usluge izvođenja radova

1.2.4. ...

STRUKTURA KATALOGA PREDMETA RADA



POJAVNI OBLICI KATALOGA PREDMETA RADA

- Heterogeni
- Primer:
 1. Bombone i dražeje
 2. Keksi i vafli
 3. Čokoladni proizvodi

IDENTIFIKACIJA KOD PROIZVODNOG PREDUZEĆA

- Izvršiti grupisanje proizvoda
- Dalje dekomponovati unutar svake od grupa primenjujući opšte principe identifikacije predmeta rada
- Izabrati reprezentativnu grupu i proizvod iz grupe
- Napraviti sastavnicu izabranog proizvoda
- Izraditi uprošćenu šemu tehnološkog toka procesa

PRIMER PROIZVODNJE (1)

R. broj	Oznaka i naziv predmeta rada	Kvalitet	Cena
1.	1. Peći i štednjaci na čvrsta goriva		
2.	1.1 Alfa – 70		
3.	1.2 Alfa – 70 LB Termo		
4.	1.3 Alfa – 70 Favorit		
5.	1.4 Alfa – 90 H		
6.	1.5 Alfa – 90 H LB Termo		
7.	1.6 Alfa – 90 H Favorit		
8.	1.7 Alfa – 90 H Dominant		
9.	1.8 R – 46S Elegant		
10.	1.9 R – 46 De Lux		
11.	1.10 REGULAR – 46 Termo		
12.	1.11 EK – 550 Termo		
13.	1.12 ZRAK – 1 VJ		
14.	1.13 ZRAK – 3 VJ		
15.	2. Štednjaci i rešoi na struju i struju gas		
16.	2.1 Električni štednjaci i rešoi		
17.	2.1.1. S 140 60 13 G		
18.	2.1.2. S 140 60 13 GVS		
19.	2.1.3. KS 140 60 13 GVS		
20.	2.1.4. S 140 55 22 De Lux		
21.	2.1.5. S 140 55 12 G De Lux		
22.	2.1.6. KS 140 55 22 De Lux		
23.	2.1.7. S 140 55 23		
24.	2.1.8. KS 140 55 23		
25.	2.1.9. S 140 50 12 De Lux		
26.	2.1.10. KS 140 50 12 De Lux		
27.	2.1.11 STUDIO 1		
28.	2.1.12 STUDIO 2		

PRIMER PROIZVODNJE (2)

29.	2.2 Kombinovani električno - gasni štednjaci		
30.	2.2.1. "GAMA 40"		
31.	2.2.2. SG 122 55 13		
32.	2.2.3. SG 122 55 12 De Lux		
33.	3. Peči na gas		
34.	3.1. Alfa – 3F		
35.	3.2. Alfa – MF		
36.	3.3. Alfa – 9		
37.	3.4. Panoramik 9		
38.	3.5. Midi Lux		
39.	3.6. Maxi Term		
40.	4. Peči i štednjaci za etažno grejanje na čvrsta goriva i struju		
41.	4.1. Kamin "Rustikal"		
42.	4.2. Central – 23		
43.	4.3. Alfa – 90 HL BE		
44.	4.4. Alfa – 90 HE Favorit		
45.	4.5. Alfa – 70 E Favorit		
46.	4.6. Alfa – 70 LBE		
47.	4.7. Racional 90 H LBS		
48.	4.8. Racional 70 LBS		
49.	4.9. AT – 20		
50.	5. Kamini		
51.	5.1. Kamin "ORIENT"		
52.	5.2. Ugradni kamin		
53.	5.3. Kamin "Rustikal"		
54.	5.4. Kamin "Rustik"		

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA KOD USLUŽNOG PREDUZEĆA

- Definirati najsloženiju uslugu ili usluge ako ih je više
- Dalje dekomponovati unutar svake od usluga primenjujući opšte principe identifikacije predmeta rada

PRIMER USLUGA (1)

R. broj	Oznaka i naziv predmeta rada	Kvalitet	Cena
1.	1. Usluge implementacije Oracle proizvoda		
2.	1.1. Usluge implementacije Oracle Applications		
3.	1.1.1. Usluge implementacije Oracle E-Business Suite		
4.	1.1.2. Usluge implementacije Oracle Fusion Applications		
5.	1.1.3. Usluge implementacije Oracle Hyperion		
6.	1.1.4. Usluge implementacije Oracle Primavera		
7.	1.1.5. Usluge implementacije Oracle Knowledge Management		
8.	1.2. Usluge implementacije Oracle Fusion Middleware		
9.	1.2.1. Usluge implementacije Oracle Business Intelligence		
10.	1.2.2. Usluge implementacije Oracle Business Process Management		
11.	1.3. Usluge implementacije Oracle Database		
12.	2. Usluge obuke i stručnog usavršavanja (izvođenje zvaničnih Oracle kurseva)		
13.	2.1. Standardni kursevi u školskom centru		
14.	2.2. On-site kursevi kod naručioca		
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			

PRIMER USLUGA (2)

1. USLUGE OBRAZOVANJA
 - 1.1 Strukovno obrazovanje
 - 1.2 Akademsko obrazovanje
 - 1.2.1 Osnovne akademske studije
 - 1.2.1.1 Studijski program “Informacioni sistemi i tehnologije”
 - 1.2.1.2 Studijski program “Menadžment i organizacija”
 - 1.2.1.2.1 Studijska grupa “Operacioni menadžment”
 - 1.2.1.2.2 Studijska grupa “Menadžment kvaliteta i standardizacija”
 - 1.2.1.2.3 Studijska grupa “Menadžment”
 - 1.2.2 Diplomske akademske studije
 - 1.2.3 Specijalističke akademske studije
 - 1.2.4 Doktorske studije
2. USLUGE STRUČNOG USAVRŠAVANJA
3. USLUGE ISTRAŽIVANJA, PROJEKTOVANJA I INŽENJERINGA
 - 2.1 Usluge organizovanja naučnih skupova
 - 2.2 Usluge izrade projekata
4. POSEBNE INTELEKTUALNE USLUGE (EKSPERTIZE, KONSALTING, ...)
5. USLUGE IZDAVAČKE DELATNOSTI

Ko treba da vrši identifikaciju predmeta rada?

- Timovi po podsistemima - grupa specijalista su poznavaoi posmatranog organizacionog sistema, njegovog programa, tehnologija i trenda razvoja u toj oblasti
- Konsultantski tim - poznavaoi tehnike, tehnologije, principa i pravila procesnog pristupa i strukture (pre svega anatomske) organizacionih sistema uopšte

Formular za izradu kataloga predmeta rada

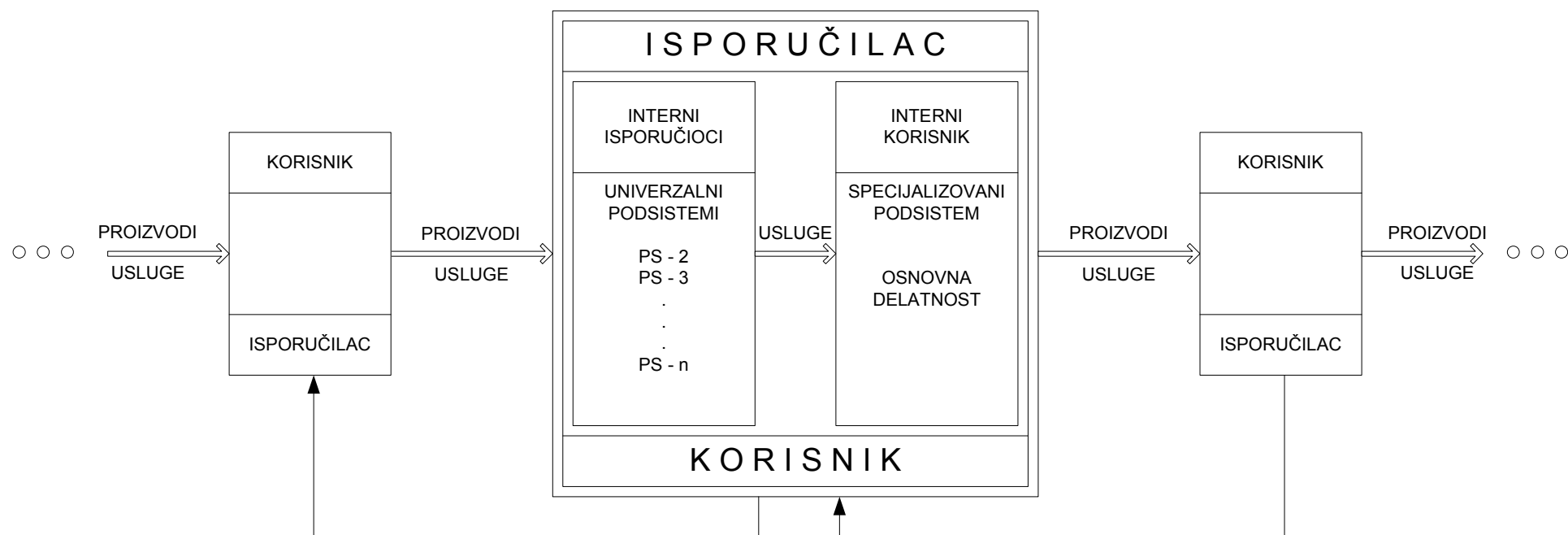
LOGO

Q327
Strana 1 od 1

Katalog predmeta rada podsistema:

R broj	Oznaka i naziv predmeta rada	Kvalitet	Cena

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA



Model "Korisnik – Isporučilac"

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (2)

Polazeći od modela "**Isporučilac - korisnik**", interni aspekt, primenjujući opšte principe i pravila identifikacije predmeta rada, mogu se identifikovati usluge svih univerzalnih anatomskih delova poslovnog sistema, odnosno njegovih podsistema.

Podsistem "**Marketing**" :

1. Usluge marketinga.

- 1.1 Usluge definisanja marketing strategije.
- 1.2 Usluge definisanja ciljeva.
- 1.3 Usluge izrade marketing plana.
- 1.4 Usluge istraživanja tržišta.
- 1.5 Usluge istraživanja tržišta predmeta rada.
- 1.6 Usluge istraživanja tržišta resursa.
- 1.7 Usluge ekonomske propagande.
- 1.8 Usluge u vezi odnosa sa javnošću (P.R. usluge).

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (3)

Podsistem "**Nabavka**" :

1. Usluge nabavke.

- 1.1 Usluge planiranja nabavke.
- 1.2 Usluge realizacije nabavke.
- 1.3 Usluge transporta.
- 1.4 Usluge skladištenja.

Podsistem "**Prodaja**" :

1. Usluge prodaje.

- 1.1 Usluge prodaje na malo.
- 1.2 Usluge prodaje na veliko.
- 1.3 Usluge skladištenja.
- 1.4 Usluge transpota.

Podsistem "**Ekonomika**" :

1. Usluge ekonomike.

- 1.1 Usluge analize troškova.
- 1.2. Usluge kalkulacija.
 - 1.2.1 Usluge kalkulacija cena.
 - 1.2.2 Usluge kalkulacija simuliranih situacija.

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (4)

Podsistem "**Finansije**" :

1. Finansijske usluge.
 - 1.1. Usluge platnog prometa.
 - 1.2. Usluge knjiženja.
 - 1.3. Usluge izrade finansijskih planova

Podsistem "**Kadrovi**" :

1. Usluge u vezi ljudskih resursa.
 - 1.1. Usluge uređivanja radnih odnosa.
 - 1.2. Usluge pribavljanja kadrova.
 - 1.3. Usluge u vezi obrazovanja.
 - 1.4. Usluge stvaranja osnova za upravljanje kadrovima.

Podsistem "**Pravno-normativni**" :

1. Pravno-normativne usluge.
 - 1.1. Usluge u vezi statusa poslovnog sistema.
 - 1.2. Usluge normativnog regulisanja.
 - 1.3. Usluge u vezi imovinsko-pravnih odnosa.
 - 1.4. Usluge izrade ugovora.

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (5)

Podsistem "**Upravljanje**" :

1. Usluge upravljanja organizacionom celinom.
 - 1.1. Usluge predviđanja i planiranja.
 - 1.2. Usluge organizovanja.
 - 1.3. Usluge koordinacije.
 - 1.4. Usluge kontrole.
 - 1.5. Usluge izveštavanja.
 - 1.6. Usluge upravljanja procesima.
 - 1.7. Usluge upravljanja resursima.

Podsistem "**Razvoj**" :

1. Usluge razvoja.
 - 1.1. Usluge razvoja predmeta rada (proizvodai/ili usluga).
 - 1.2. Usluge razvoja poslovnog sistema.
 - 1.3. Usluge izrade studija i projekata.
 - 1.4. Usluge transfera tehnologije.

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (6)

Podsistem "**Kvalitet**" :

1. Usluge u domenu kvaliteta.
 - 1.1. Usluge definisanja osnova za upravljanje kvaliteom.
 - 1.2. Usluge standardizacije, metrologije i kontrole.
 - 1.2.1 Usluge standardizacije.
 - 1.2.2 Usluge metrologije.
 - 1.2.3 Usluge kontrole.
 - 1.3. Usluge provere poslovnog sistema

"**Informacioni**" podsistem :

1. Usluge informatičke podrške poslovnom sistemu.
 - 1.1. Usluge učešća u definisanju osnove za upravljanje.
 - 1.2. Usluge projektovanja, uspostavljanja i održavanja inform. sistema.
 - 1.2.1 Usluge projektovanja informacionog sistema.
 - 1.2.2 Usluge uspostavljanja informacionog sistema.
 - 1.2.3 Usluge implementacije informacionog sistema..
 - 1.2.4 Usluge održavanja i usavršavanja informacionog sistema.
 - 1.3. Usluge obuke kadrova.

IDENTIFIKACIJA PREDMETA RADA UNIVERZALNIH PODSISTEMA (7)

Podsistem "**Održavanje**" :

1. Usluge održavanja.
 - 1.1. Usluge investicionog održavanja.
 - 1.2. Usluge preventivnog održavanja.
 - 1.3. Usluge tekućeg održavanja.
 - 1.4. Usluge obezbeđenja rezervnih delova.

PRVI DEO PROJEKTOG ZADATKA

- POTREBNO URADITI:
 - Misija i vizija preduzeća (slobodna forma);
 - Programi i planovi preduzeća (nekoliko rečenica o osnovnoj delatnosti preduzeća, proizvodima i uslugama koje preduzeće proizvodi/pruža; slobodna forma);
 - Globalno strukturiranje poslovnog sistema – identifikacija i kratak opis anatomskih delova poslovnog sistema (tabela sa sajta predmeta);
 - Formiranje i obrazlaganje lanca stvaranja vrednosti (koji anatomske delove stvaraju vrednost za korisnika i na koji način; slobodna forma);
 - Izrada kataloga predmeta rada (proizvoda i/ili usluga) za anatomske delove koji stvaraju vrednost za korisnika (katalog sa sajta predmeta, po jedan katalog za svaki anatomske deo koji stvara vrednost);
- ROK: **03.11.2016. - predavanje u terminu vežbi;**
- ELEMENTI ZA OCENJIVANJE:
 - Poštovanje rokova;
 - Kompletanost rešenja;
 - Valjanost rešenja;