

Uputstvo za izradu seminarskog rada

1. Uvod - pojam morala, poslovne etike i značaj inkorporiranja morala u poslovanje kompanije. (značaj izgradnje korporativnog etosa)
2. Odabir delatnosti - izaberite kompaniju, preduzeće, Nevladinu organizaciju, ustanovu, (već postojeću, izmišljenu...)a zatim definišite precizno delatnost kojom se ona bavi (proizvod, usluga, isl). Ako nema ime, dajte ime kompaniji, NVO, preduzeću.
Posetite WEB Agencije za Privredne registre i potom pronađite POSLOVNU BANKU preko koje ćete voditi platni promet. Obrazložite izbor Banke (e-plaćanje, povoljni krediti...)
3. Nakon toga odredite misiju i viziju to jest vrednosti na kojima ćete graditi reputaciju svoje kompanije. Pre toga obavezno posetite sajt Svetsko istraživanje vrednosti (deo koji se odnosi na Srbiju) i napravite profil prosečnog građanina Srbije (navika, vrednosti koje preferira,) kao Vašeg budućeg kupca/korisnika. Misija i vrednosti vaše kompanije bi trebalo da podržavaju te vrednosti, navike, mentalitet). Ako smatrate da treba da promovirate neke nove vrednosti koje nisu deo takovog mentaliteta, slobodno to učinite sa Vašim obrazloženjem. Kao rezultat toga smislite i definišite kratki slogan koji će u sebi jasno sadržati poruku i vrednosti za koje ste se opredelili.
4. Sledeći korak je definisanje zakonskog okvira poslovanja. Kao prvo definisanje vrste privrednog subjekta/pravog lica (doo, szi, holding, NVO...) sa kratkim objašnjenjem vrste pravnog lica (ZAKON O PRIVREDNIM DRUŠTVIMA), a zatim i ostale zakone koji su bitni za pravilan rad Vaše kompanije (zakon o radu, Zakon o PDV isl.)
Posebno obratite pažnju na posebne zakone koji se odnose na specifičnost Vaše delatnosti (kao na pr Zakon o zaštiti životne sredine... isl). Sve Zakone imate na sajtovima ministarstava i dati su na Moodle.
5. Nepisana pravila i očekivanja svih stakeholdera koji su u dometu Vaše kompanije, područje su u kome treba da, kao kreativni menadžer, izgradite dobru reputaciju kompanije. To je ono što čini specifičnost kompanije i donosi konkurentsku prednost na tržištu.
Prvo kratkom anketom (može već postojećom koju pronađete ili koju sami sastavite) ispitajte šta i koji kvalitet od Vašeg proizvoda/usluge očekuju vaši budućni kupci/korisnici. Probajte da uporedite Vaš proizvod/uslugu sa već postojećim i pokušajte da definišete prednosti vašeg proizvoda i usluge, sa stanovišta odgovornosti prema svojim kupcima/korisnicima.
Standardi kvaliteta (ISO i sl.) i na njima izgrađen kvalitet glavni su nosioci dobre reputacije. Od standarda ISO 9001, ISO 14000, pa do specifičnih standarda koji se odnose na Vaše proizvode i usluge (hrana, elektro proizvodi, turizam isl. Sa linkova potražite Vama odgovarajuće standarde kvaliteta, opredelite se za najvažnije i kratko obrazložite razloge zbog kojih ste se opredelili za njih.
Korporativna društvena odgovornost. Nađite primere kompanija koje su u svoje aktivnosti uvele principe CSR-a. Posebno obratite pažnju i proučite/na Web-u i PDF ISO 26000, koji je njegov smisao, zašto ga je važno usvojiti. Koje filantropske aktivnosti bi preduzela Vaša kompanija?
Ugledajući se na ponuđene primere, izgradite etički kodeks za Vašu kompaniju. U njega unesite i način na koji bi uredili prostor za rad zaposlenih/kancelarijski prostor, komintetnata (prodajnih objekata isl).

6. Obrazložite značaj upravljanja rizikom i na osnovu plana u 7 faza pripremite izveštaj Bordu direktora o konceptu upravljanja rizikom po reputaciju kompanije.

Suzite na maksimum 10 stakeholdera, događaja i situacija koje mogu biti potencijalni rizici, i obrazložite mogući scenario i način na koji ćete ih iz faktora rizika pretvoriti u šansu i partnere.

OBAVEZNO se zadržite na WEB prezentacijama Udruženja za zaštitu potrošača i na 7 prava potrošača iz korpusa ljudskih prava.

Potrudite se da se vidi da ste obišli i sve sajtove i linkove koji su Vam dati (kao na primer World Watch Institute, Zeitgeist i sl) kako bi što kreativnije ponudili nove vrednosti ne kojima ćete graditi reputaciju i korporativni etos.

7. KRAJ....Zaključak o vašim očekivanjima

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM