

### UVOD

Da bi se uspesno osmislile, organizovale, i realizovale razlicite vrste događaja za određenog klijenta ili za licne potrebe potrebno je pristupiti prvo izradi detaljnog plana. Događaji kako planirani tako i ne planirani su potreba i neminovnost svakodnevnice od samog nastanka coveka, kao što su praistoriji prvi ljudi planirali događaje (lov, selidbu, izgradnju sklonista...) tako i u savremenom svetu ljudi svakodnevno planiraju i organizuju događaje većeg ili manjeg obima, razlicite funkcije i namene.

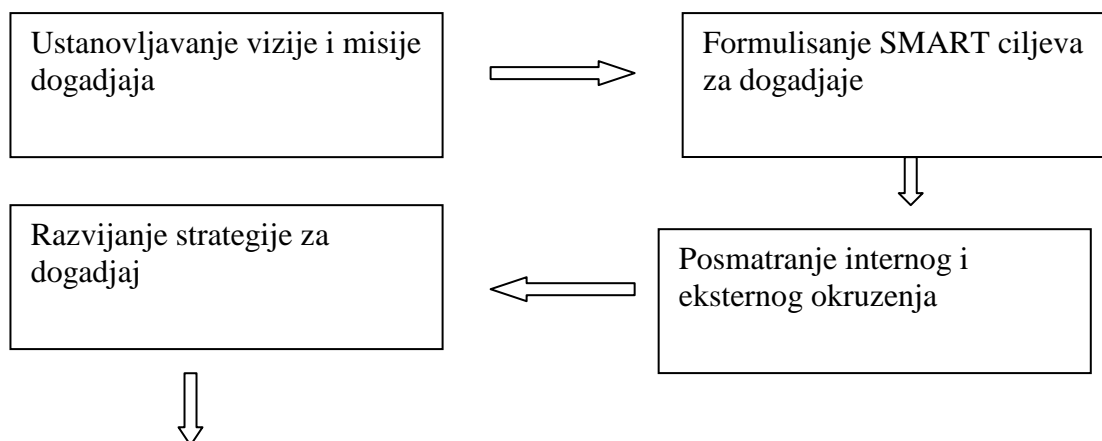
### PLANIRANJE DOGAĐAJA

Planiranje događaja obuhvata:

- Definisanje planskih ciljeva
- Analiziranje snaga i slabosti u izrazima sposobnosti za zadovoljenje buducih ciljeva
- Identifikovanje nacina za izvršenje ciljeve
- Implementiranje akcionog plana i vrednovanje rezultata

Dobro planiranje događaja je slozen proces, koji mora biti sveobuhvatan i fleksibilan, on obuhvata niz znacajnih koraka i planovi se moraju prilagoditi nizu uslova, kao što su: meteoroloski, kulturni, socijalni, ekonomski, demografski, politicki, konkurentski, itd. Dobro planiranje je presudno za uspeh i konkurentnost organizacije.

### STRATESKI PLAN





Izvor :Robbins, S. and Coutler M., *Management*, Prentice-Hall, (1999)

Iz prikazane slike vidimo da se planski process deli na stratesko i operativno planiranje. Stratesko planiranje se bazira na odredjivanju misije, ciljeva i politika, structure i finansiranja kao i odlucivanja o strategijama koje ce se ostvariti.

Operativno planiranje obuhvata specificne korake koji su neophodni u primeni strategija.

### RAZVIJANJE STRATESKOG PLANA

Definisanje namere misije i ciljeva i analiza internog i eksternog okruzenja predstavlja polazne i najvaznije korake u definisanju odgovarajuće strategije. Sama strategija u mnogome zavisi od vizije i upravljackih sposobnosti samog menadzera događaja, koji vrlo cesto istupaju iz formalnog plana i strategije događaja.

Minzberg<sup>1</sup> je dokazao da “razvijanje vizije” predstavlja srce strateskog plana. Ono predstavlja process postavljanja širokih okvira za strategiju, ili identifikovanja elemenata zeljene buducnosti.

Svaki događaj pored vizija mora imati i svoju misiju, koja motivise i podstice sve dalje ucesnike u planiranju i organizovanju događaja.

Vizija prema Getzu<sup>2</sup> ce se prevesti u ciljeve koji se odnose na:

- zeljenju velicinu (prisustvo, obim, prihodi, osoblje)
- zeljenjo okruzenje (objekti, lokacija)

---

<sup>1</sup> Mintzberg H., *The rise and fall of strategic planning*, The free press, New York, 1994

<sup>2</sup> Getz D., *Event management & Event tourism*, Cognizant communication corporation, 1997

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

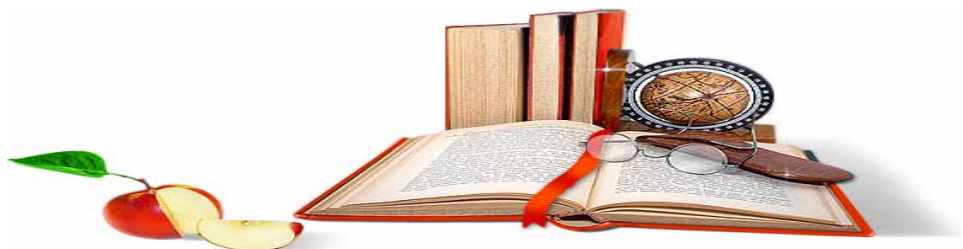
**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)**

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

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

**[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)**

**[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**



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](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**