

**Predmet: Upravljanje projektima**

**Tema projektnog rada: Nastup na međunarodnom kongresu o grejanju, hlađenju i klimatizaciji**

**Student: Jovanović Tamara 241/09/M Mentor: Dragan Bjelica**

**Beograd, januar 2012.**

**Biografija**



Student treće godine Fakulteta organizacionih nauka na smeru Menadžment. Završena Filološka gimnazija u Beogradu, smer francuski jezik i književnost i osnovna škola Mladost. Osvojeno prvo mesto na Frankofonom diktatu 2008. godine. U slobodno vreme se bavi izradom nakita.

**Sadržaj**

Opis projekta…………………………………………………………………………………...4

Spisak aktivnosti………………………………………………………………………………. 5

Logička struktra projekta (WBS, OBS, PBS)…………………………………………………. 5

RACI matrica …………………………………………………………………………………..7

Gantogram………………………………………………………………………………………9

Mrežno planiranje……………………………………………………………………………....11

CPM metoda …………………………………………………………...……………………...12

PERT metoda ………………………………………………………………………………….13

Prioritetna metoda ……………………………………………………………………………..15

Nivelacija reusrsa…………………………………………………………………………….…17

Metoda ostvarene vrednosti ……………………………………………………………………21

Kritički osvrt…………………………………………………………………………………….24

Reference …………………………………………………………………………………….…25

**Opis projekta**

Kongres KGH se održava već 42 godine u Beogradu i za svoju glavnu temu ima ekonomiju održavanja termičkih uslova u građevinskim objektima smanjenjem energetskih zahteva, kontrolom rada energetskih sistema u njima, primenom obnovljivih izvora energije i projektnih parametara koji su osnov svakom racionalnog rešeja. Na ovom kongresu se okupljaju iženjeri i tehničari termotehnike i srodnih struka angažovanih na realizaciji sistema grejanja, hlađenja i klimatizacije u okviru Saveza mašinskih i elektrotehničkih inženjera i tehničara Srbije (SMEITS).

Osnovni ciljevi Kongresa KHG su:

* praćenje savremenog razvoja tehnike i tehnologije
* realizacija daljeg stručnog usavršavanja svojih članova i razmene znanja
* očuvanje čovekove okoline i smanjenje uticaja na globalne promene klime
* povećanje energetske efikasnosti, racionalne potrošnje i uštede energije
* razvoj novih i obnovljivih izvora energije
* saradnja sa strukovnim organizacijama i domaćim institucijama u izradi i donošenju propisa koji se tiču KGH struke
* saradnja i povezivanje sa odgovarajućim strukovnim organizacijama u zemlji i inostranstvu

Firma ‘’Oblik’’ već jedanaest godina nastupa na Kongresu KGH. Cilj projekta jeste upoznavanje šire javnosti sa proivodima firme i njeno pozicioniranje među kompanijama koje se bave grejanjem, hlađenjem i klimatizacijom. Na projektu većinom rade zaposleni u samoj firmi ‘’Oblik’’, međutim, da bi se ovaj projekat realizovao na pravi način, firma angažuje promotere, koji će se baviti podelom reklamnog i promotivnog materijala posetiocima Kongresa, dok će uz njih uvek biti prisutni predstavnici firme, radi detaljnijeg objašnjavanja karakteristika proizvoda i ugovaranja naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima. Firma ‘’Oblik’’ mora da angažuje i štampariju, koja se bavi pripremom promotivnog materijala. Sam Kongres traje četiri dana, ali celokupan projekat se realizuje u vremenskom periodu od oko četiri meseca.

**Aktivnosti organizovanja nastupa na Međunarodnom kongresu o grejanju, hlađenju i klimatizaciji:**

1. Prijava za nastup na Kongresu
2. Dobijanje predračuna i ugovora o učešću na Kongresu
3. Vršenje uplate na tekući račun organizatora
4. Osmišljavanje nastupa
5. Osmišljavanje izgleda štanda
6. Definisanje potrebnog promotivnog materijala
7. Izrada budžeta nastupa na Kongresu
8. Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije
9. Prikupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala
10. Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala
11. Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije
12. Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda
13. Uređenje štanda
14. Preuzimanje ID kartica
15. Distribuiranje informativnog i promotivnog materijala
16. Komunikacija sa predstavnicima Kongresa
17. Zakazivanje naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima
18. Istraživanje konkurencije
19. Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu
20. Praćenje rezultata i utvrđivanje uspešnosti nastupa

**Navedene aktivnosti su podeljene u sledeće celine:**

1. Prijava
2. Vizualizacija
3. Priprema
4. Održavanje Kongresa
5. Zatvaranje projekta

**WBS dijagram**



**OBS dijagram**



**PBS dijagram**



**RACI matrica**

* Za najveći broj aktivnosti nastupa na Međunarodnom kongresu o grejanju, hlađenju i klimatizaciji odgovrnost poseduje **menadžer marketinga i odnosa s javnošću**. On je odgovoran za sve aktinosti celine održavanja Kongresa, kao i za sledeće aktivnosti u okviru pojedinih celina: Prijava za nastup na Kongresu, Osmišljavanje nastupa, Osmišljavanje izgleda štanda, Definisanje potrebnog promotivnog materijala, Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije, Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda, Uređenje štanda, Preuzimanje ID kartica i Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu. Osim toga, menadžer marketinga i odnosa s javnošću izvršava aktivnosti Komunikacije sa predstavnicima Kongresa i Zakazivanja naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima, ali i sastavlja izveštaj o nastupu na Kongresu. Potom, on pruža konsultantsku podršku komercijalnom menadžeru u pikupljanu ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala i dogovorima sa odabranim dobavljačem.
* **Komercijalni menadžer** je odgovoran za sledeće aktivnosti: Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije, Priklupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala i Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala. Osim toga, izvršava aktivnost praćenja rezultata i utvrđivanja uspešnosti nastupa.
* **Finansijski menadžer** poseduje odgovornost za prijem predračuna i ugovora o učešću na kongresu, vršenje uplate na tekući račun organizatora, izradu budžeta i praćenje rezulata i utvrđivanje uspešnosti nastupa.
* **Direktor štamparije** izvršava pripremu reklamnih uzoraka cevi izolacije, narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije i štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda.
* **Promo lider** izvršava sledeće aktivnosti: Uređenje štanda, Distribuiranje informativnog i promotivnog materijala i Istraživanje konkurencije.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Menadžer marketinga i odnosa s javnošću | Komercijalni menadžer | Finansijski menadžer | Direktor štamparije | Promo lider |
| Prijava za nastup na Kongresu | A |  |  |  |  |
| Dobijanje predračuna i ugovora o učešću na Kongresu |  |  | A |  |  |
| Vršenje uplate na tekući račun organizatora |  |  | A |  |  |
| Osmišljavanje nastupa | A |  |  |  |  |
| Osmišljavanje izgleda štanda | A |  |  |  |  |
| Definisanje potrebnog promotivnog materijala | A |  |  |  |  |
| Izrada budžeta nastupa na Kongresu | I |  | A |  |  |
| Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije |  | A |  | R |  |
| Prikupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala | C | A |  |  |  |
| Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala | C | A |  |  |  |
| Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije | A |  |  | R |  |
| Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda | A |  |  | R |  |
| Uređenje štanda | A |  |  |  | R |
| Preuzimanje ID kartica | A |  |  |  |  |
| Distribuiranje informatvnog i promotivnog materijala | A |  |  |  | R |
| Komunikacija sa predstavnicima Kongresa | A, R |  |  |  |  |
| Zakazivanje naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima | A, R |  |  |  |  |
| Istraživanje konkurencije | A |  |  |  | R |
| Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu | A, R |  |  |  |  |
| Praćenje rezultata i utvrđivanje uspešnosti nastupa |  | R | A |  |  |

**Gantogram**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| R.B. | AKTIVNOST | NAREDNA  AKTIVNOST | TIP VEZE | TRAJANJE  [dan] |
| 1. | Prijava za nastup na Kongresu | 2 | KP20 | 1 |
| 2. | Dobijanje predračuna i ugovora o učešću na Kongresu | 3 | KP20 | 1 |
| 3. | Vršenje uplate na tekući račun organizatora | 4,5 | KP2, KP2 | 1 |
| 4. | Osmišljavanje nastupa | 5 | PP | 12 |
| 5. | Osmišljavanje izgleda štanda | 6 | KP | 8 |
| 6. | Definisanje potrebnog promotivnog materijala | 7 | KK | 8 |
| 7. | Izrada budžeta nastupa na Kongresu | 8 | KP4 | 4 |
| 8. | Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije | 9 | KP | 2 |
| 9. | Prikupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala | 10 | KP4 | 8 |
| 10. | Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala | 11,12 | KP,KP | 1 |
| 11. | Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije | 12 | KK | 2 |
| 12. | Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda | 13 | KP8 | 4 |
| 13. | Uređenje štanda | 14 | PP | 2 |
| 14. | Preuzimanje ID kartica | 15,16,17,18 | KP1, KP1, KP1, KP1 | 1 |
| 15. | Distribuiranje informatvnog i promotivnog materijala | 16 | KK | 4 |
| 16. | Komunikacija sa predstavnicima Kongresa | 17 | KK | 4 |
| 17. | Zakazivanje naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima | 18 | KK | 4 |
| 18. | Istraživanje konkurencije | 19,20 | KP2, KP | 4 |
| 19. | Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu | 20 | PP2 | 2 |
| 20. | Praćenje rezultata i utvrđivanje uspešnosti nastupa | / | / | 20 |



**Ključni događaji:**

1. Početak prijave za nastup na Kongresu
2. Završetak uplate na tekući račun organizatora
3. Početak osmišljavanja nastupa
4. Završetak izrade budžeta nastupa na Kongresu
5. Početak pripreme reklamnih uzoraka cevi izolacije
6. Završetak uređivanja štanda
7. Početak distribuiranja informativnog i promotivnog materijala
8. Završetak istraživanja konkurencije
9. Početak sastavljanja izveštaja o nastupu na Kongresu
10. Završetak praćenja rezultata i utvrđivanja uspešnosti nastupa

**Mrežno planiranje**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | R | S | T | U |
| **Zavisi od** | / | A | B | C | C,D | E | F | G | H | I | J | J,K | L | M | N | N,O | N,P | N,R | S | S,T |

****

**Analiza vremena po CPM metodi**





**Trajanje projekta:**

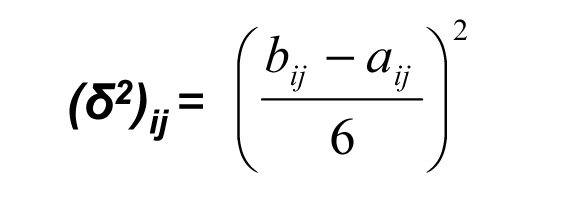
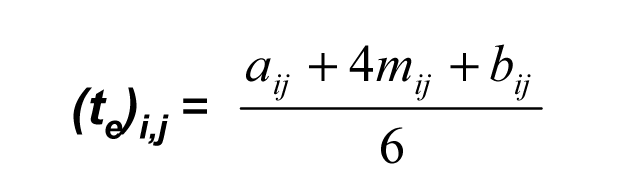
93 dana

**Kritičan put projekta:**

A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – K – L – M – N – O – P – R – S – T – U

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **i** | **j** | **i-j** | **aij** | **mij** | **bij** | **(te)i,j** | **(σ2)i,j** |
| 1 | 2 | 1-2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 0,11 |
| 2 | 3 | 2-3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 3 | 4 | 3-4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 0,11 |
| 4 | 5 | 4-5 | 10 | 12 | 14 | 12 | 0,44 |
| 6 | 7 | 6-7 | 4 | 9 | 11 | 8,5 | 1,36 |
| 7 | 8 | 7-8 | 7 | 8 | 9 | 8 | 0,11 |
| 8 | 9 | 8-9 | 3 | 4 | 5 | 4 | 0,11 |
| 9 | 10 | 9-10 | 1 | 3 | 5 | 3 | 0,44 |
| 10 | 11 | 10-11 | 7 | 8 | 9 | 8 | 0,11 |
| 11 | 12 | 11-12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 12 | 13 | 12-13 | 2 | 3 | 5 | 3,17 | 0,25 |
| 14 | 15 | 14-15 | 3 | 4 | 5 | 4 | 0,11 |
| 15 | 16 | 15-16 | 2 | 3 | 6 | 3,33 | 0,44 |
| 16 | 17 | 16-17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 17 | 18 | 17-18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |
| 19 | 20 | 19-20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |
| 20 | 21 | 20-21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |
| 22 | 23 | 22-23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |
| 23 | 24 | 23-24 | 1 | 2 | 3 | 2 | 0,11 |
| 25 | 26 | 25-26 | 10 | 20 | 30 | 20 | 11,11 |

**Analiza vremena po PERT metodi**

****





**Trajanje projekta:**

99 dana

**Kritičan put projekta:**

A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – K – L – M – N – O – P – R – S – T – U

**Pioritetna metoda**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| AKTIVNOST | OZNAKA | PRETHODNA  AKTIVNOST | TIP VEZE | TRAJANJE  [dan] |
| 1. | A | / | / | 1 |
| 2. | B | A | KP20 | 1 |
| 3. | C | B | KP20 | 1 |
| 4. | D | C | KP2 | 12 |
| 5. | E | C,D | KP2,PP | 8 |
| 6. | F | E | KP | 8 |
| 7. | G | F | KK | 4 |
| 8. | H | G | KP4 | 2 |
| 9. | I | H | KP | 8 |
| 10. | J | I | KP4 | 1 |
| 11. | K | J | KP | 2 |
| 12. | L | J,K | KP, KK | 4 |
| 13. | M | L | KP8 | 2 |
| 14. | N | M | PP | 1 |
| 15. | O | N | KP1 | 4 |
| 16. | P | N,O | KP1, KK | 4 |
| 17. | R | N,P | KP1, KK | 4 |
| 18. | S | N,R | KP1, KK | 4 |
| 19. | T | S | KP2 | 2 |
| 20. | U | S,T | KP, PP2 | 20 |



**Trajanje projekta:**

122 dana

**Kritičan put projekta:**

A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – K – L – M – N – O – P – R – S – T – U

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| R.B. | AKTIVNOST | NAREDNA  AKTIVNOST | TIP VEZE | TRAJANJE  [dan] | Rj | Sj |
| 1. | Prijava za nastup na Kongresu | 2 | KP20 | 1 | 1 | 0 |
| 2. | Dobijanje predračuna i ugovora o učešću na Kongresu | 3 | KP20 | 1 | 1 | 0 |
| 3. | Vršenje uplate na tekući račun organizatora | 4,5 | KP2, KP2 | 1 | 1 | 0 |
| 4. | Osmišljavanje nastupa | 5 | PP | 12 | 3 | 0 |
| 5. | Osmišljavanje izgleda štanda | 6 | KP | 8 | 3 | 0 |
| 6. | Definisanje potrebnog promotivnog materijala | 7 | KK | 8 | 2 | 0 |
| 7. | Izrada budžeta nastupa na Kongresu | 8 | KP4 | 4 | 4 | 0 |
| 8. | Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije | 9 | KP | 2 | 2 | 0 |
| 9. | Prikupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala | 10 | KP4 | 8 | 2 | 0 |
| 10. | Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala | 11,12 | KP,KP | 1 | 1 | 0 |
| 11. | Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije | 12 | KK | 2 | 2 | 0 |
| 12. | Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda | 13 | KP8 | 4 | 2 | 0 |
| 13. | Uređenje štanda | 14 | PP | 2 | 5 | 0 |
| 14. | Preuzimanje ID kartica | 15,16,17,18 | KP1, KP1, KP1, KP1 | 1 | 2 | 0 |
| 15. | Distribuiranje informatvnog i promotivnog materijala | 16 | KK | 4 | 5 | 0 |
| 16. | Komunikacija sa predstavnicima Kongresa | 17 | KK | 4 | 3 | 0 |
| 17. | Zakazivanje naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima | 18 | KK | 4 | 3 | 0 |
| 18. | Istraživanje konkurencije | 19,20 | KP2, KP | 4 | 5 | 0 |
| 19. | Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu | 20 | PP2 | 2 | 3 | 0 |
| 20. | Praćenje rezultata i utvrđivanje uspešnosti nastupa | / | / | 20 | 4 | 0 |

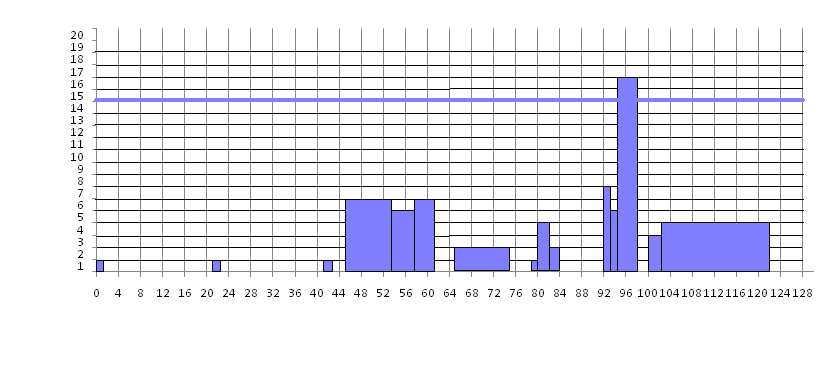
**Nivelacija resursa**

Na raspolaganju je ukupno 15 radnika.

Gantogram sa dodeljenim resursima



Histogram

****

Na osnovu histograma, vidimo da se javlja problem manjka radnika na intervalu 94-98, na osnovu čega zaključujemo da se moraju novelisati resursi. Prvo je potrebno proveriti da li je nivelacija moguća:

**Uslov za nivelisanje:**

MR = (17-15)\*4 = 8 rad/dan

VR = (15-1)\*1 + (15-1)\*1 + (15-1)\*1 + (15-6)\*8 + (15-5)\*4 + (15-6)\*4 + (15-2)\*10 + (15-1)\*1 + (15-4)\*2 + (15-2)\*2 + (15-7)\*1 + (15-5)\*1 + (15-3)\*2 + (15-4)\*20 = 604 rad/dan

VR > MR => moguća nivelacija

Problem se javlja kod aktivnosti 15, 15, 17 i 18, koje se odvijaju istovremeno. Raspoloživo je 15 radnika, a za ove četiri aktivnosti je potrebno ukupono 17 radnika. Iz toga sledi da se 18. aktivnost, istraživanje konkurencije, mora odložiti. Pomeranje ove aktivnosti će uzrokovati pomeranje i 19. i 20. aktivnosti koje se odvijaju nakon nje, s obzirom na to da ne postoje vremenske rezerve. Projekat sada neće trajati 122, nego 126 dana.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Rj** | **Sj** | **RP** | **AR** |
| **O** | **5** | **0** | **1** | **5** |
| **P** | **3** | **0** | **2** | **3** |
| **R** | **3** | **0** | **3** | **3** |
| **S** | **5** | **0** | **4** | **/** |

Gantogram nakon nivelacije resursa



**Metod ostvarene vrednosti**

Presek stanja: 80. dan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| R.B. | AKTIVNOST | PLANIRANI TROŠKOVI (u hiljadama dinara) | OSTVARENI TROŠKOVI  (u hiljadama dinara) |
| 1. | Prijava za nastup na Kongresu | 2 | 2 |
| 2. | Dobijanje predračuna i ugovora o učešću na Kongresu | 0 | 0 |
| 3. | Vršenje uplate na tekući račun organizatora | 177 | 177 |
| 4. | Osmišljavanje nastupa | 12 | 10 |
| 5. | Osmišljavanje izgleda štanda | 4 | 6 |
| 6. | Definisanje potrebnog promotivnog materijala | 0 | 0 |
| 7. | Izrada budžeta nastupa na Kongresu | 4 | 4 |
| 8. | Priprema reklamnih uzoraka cevi izolacije | 7 | 6 |
| 9. | Prikupljanje ponuda za izradu poklon-reklamnog materijala | 2 | 2 |
| 10. | Dogovori sa odabranim dobavljačem poklon-reklamnog materijala | 0 | 0 |
| 11. | Narezivanje CD-ova sa softverom za izračunavanje optimalne debljine izolacije | 3 | / |
| 12. | Štampanje kataloga sa detaljnim karakteristikama proizvoda | 5 | / |
| 13. | Uređenje štanda | 8 | / |
| 14. | Preuzimanje ID kartica | 0 | / |
| 15. | Distribuiranje informatvnog i promotivnog materijala | 28 | / |
| 16. | Komunikacija sa predstavnicima Kongresa | 0 | / |
| 17. | Zakazivanje naknadnih sastanaka sa posebno zainteresovanim posetiocima | 0 | / |
| 18. | Istraživanje konkurencije | 0 | / |
| 19. | Sastavljanje izveštaja o nastupu na Kongresu | 2 | / |
| 20. | Praćenje rezultata i utvrđivanje uspešnosti nastupa | 12 | / |
|  |  | Σ 266 |  |

Planirano vreme (Tp) projekta: 122 dana

Planirani troškovi (BAC): 266 (u hiljadama dinara)



**1)BCWS** = 2+0+177+12+4+0+4+7+2+0+3 = 211

**2)BCWP =** 2+0+177+12+4+0+4+7+2+0 = 208

**3)ACWP** = 2+0+177+10+6+0+4+6+2+0 = 207

**4)Vremenska varijansa**

**SV = BCWP – BCWS** = 208 - 211 **=** -3 < 0 => radovi na projektu kasne

**5)Troškovna varijansa**

**CV = BCWP – ACWP** = 208 – 207 **=** 1 > 0 => troškovi su manji od planiranih

**6)Vremenski indeks efikasnosti - brzina rada**

**SPI = BCWP/BCWS** = 208/211= 0,99 < 1 => projekat kasni

**7)Troškovni indeks efikasnosti**

**CPI = BCWP/ACWP** = 208/207= 1 = 1 => odlične performanse projekta

**8)Prognoza trajanja celokupnog projekta**

**Ts = Tp/SPI** = 122/0,99 = 123,23 dana

**9)Procena troskova od statusnog datuma kad se vrši presek stanja**

**ETC = (BAC-BCWP)/CPI** = (266-208)/1 = 58 (u hiljadama dinara) je procena troškova

**10) Realna procena vrednosti radova koji treba da se izvše na projektu**

**EAC = ACWP+ETC =** 207 + 58 = 265 (u hiljadama dinara) je realna procena troškova

**11) Varijansa celokupnog projekta**

**VAC = Tp-Ts =** 122 – 123,33 = -1,33

**Kritički osvrt**

Iako firma ‘’Obik’’ sprovodi projekat nastupa na Međunarodnom kongresu o grejanju hlađenju i klimatizaciji jedanaesti put po redu, ipak se mogu zapaziti određeni nedostaci. Najbitniji od njih jeste nedostatak vremenskih rezervi, što uzrokuje da se prilikom pomeranja jedne aktivnosti moraju automatski pomeriti i sve aktivnosti koje od nje zavise. Ovo uzrokuje da je projekat veoma nefleksibilan.

S obzirom na to da nastup na samom Kongresu traje svega četiri dana, a celokupna realizacija traje 126 dana, ovo daje prostora firmi da se dobro pripremi sa svoje predstavljanje. Međutim, pažnju treba koncentrisati na faze koje prethode, jer se u njima troši najveća količina materijalnih resursa i realizuju aktivnosti od koji zavisi uspeh projekta.

**Reference**

1. Bilten ‘’Informacija o skupu i poziv na prijavu rada’’
2. Ugovor između SMEITS-a i Oblika
3. Predračun