

Стратегический менеджмент

Стратегический менеджмент

- это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как ее основу, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, адекватные изменениям окружающей среды и позволяющие добиться конкурентных преимуществ, что в конечном счете способствует выживанию организации и достижению своих целей в долгосрочной перспективе

Стратегический менеджмент обычно рассматривается как совокупность процессов:

- Анализ среды
- Определение миссии и целей
- Анализ и выбор стратегий
- Реализация стратегий
- Оценка и контроль выполнения стратегий

Виды стратегий

- Стратегия ограниченного роста
- Стратегия роста
- Стратегия сокращения
- Комбинированная стратегия
- Метод «Сценариев будущего»

Метод «Сценариев будущего»

- Содержит описание последовательности шагов, ведущих к прогнозируемому состоянию организации, факторов и событий, оказывающих решающее влияние на этот процесс
- Содержит описание возможных последствий для организации, если она достигнет прогнозируемого образа

Процесс выбора стратегии

- Разработка
- Доводка
- Анализ и оценка

Факторы, влияющие на выбор стратегии:

- Вид деятельности
- Состояние внешней среды
- Характер целей
- Уровень риска
- Опыт реализации стратегий
- Фактор времени

Уровни стратегических изменений

- Коренная реорганизация
- Радикальные изменения
- Умеренные изменения

Требования к стратегическим планам:

- Объективная оценка сложившейся ситуации
- Соответствие планов миссии организации
- Увязка планов с имеющимися ресурсами
- Совместимость планов структурных подразделений
- Развернутое описание мероприятий и сроков их осуществления

Коммуникации в менеджменте

Коммуникационный процесс

- это процесс обмена информацией между двумя и более людьми

Элементы коммуникационного процесса

- Отправитель
- Сообщение
- Канал, средство передачи
- Получатель

Виды коммуникаций

- Управленческая
- Информативная
- Речевая
- Вещественно – знаковая
- Невербальная
- Неформальная
- Внутриличностная
- Межличностная
- Публичная
- Массовая

Управленческая коммуникация

- Горизонтальные
- Вертикальные
- Межуровневые
- «руководитель – подчиненный»
- между руководителем и рабочей группой
- по восходящей/ нисходящей

Этапы коммуникационного процесса

- Зарождение идеи
- Формулировка сообщения
- Кодирование и выбор канала
- Передача
- Декодирование

Причины искажения информации

- Непреднамеренное искажение
- Сознательное искажение
- Перегрузка системы
- Фильтрация
- Несовпадение статусов уровней организации
- Страх перед наказанием

PR (связь с общественностью)

- включает в себя спектр программ, целью которых является продвижение и/или защита имиджа (престижа) КОМПАНИИ

Функции PR:

- Связь с прессой
- Реклама изделий
- Корпоративные связи
- Лоббирование
- Рекомендации

Инструменты PR

- Публикации
- Мероприятия
- Новости
- Выступления, действия службы PR
- Средства визуальной идентичности