

Менеджмент

Определение. Функции. Виды

Выполнила: Хожахмедова М.К.

Проверил: Байзаханов А.А.

Менеджмент (от англ. управлять): - вид деятельности по руководству людьми для достижения определенной цели при использовании труда, интеллекта и мотивации поведения людей, с учетом определения их деятельности.

Менеджмент

Основателем классической школы «научного менеджмента» считается Фредерик Тейлор (1856–1915) – инженер-практик и менеджер, решавший в своей повседневной работе проблемы рационализации производства и труда с целью повышения производительности и эффективности. Основные взгляды Тейлора изложены в книгах «Управление предприятием» (1903), «Принципы научного управления» (1911).

Главная идея Тейлора состояла в том, что управление должно стать системой, основанной на определенных научных принципах, должно осуществляться специально разработанными методами и мероприятиями, т. е. что необходимо проектировать, нормировать, стандартизировать не только технику производства, но и труд, его организацию и управление, следует также совершенствовать систему оплаты труда.

Менеджмент

Функции менеджмента:



Планирование



Организация



Мотивация



Контроль



Планирование

Планирование - это один из способов, с помощью которого руководство обеспечивает единое направление усилий всех членов организации к достижению ее общих целей. посредством планирования руководство стремится установить основные направления усилий и принятия решений, которые обеспечат единство цели для всех членов организации.



По сути своей функция планирования отвечает на три основные вопроса, стоящие перед любой организацией:

- Где мы находимся в настоящее время?
- Куда хотим двигаться?
- Как мы собираемся сделать это?



Организация

Организовывать – значит создавать некую структуру.
Организация - это процесс создания структуры предприятия, которая дает возможность людям эффективно работать вместе для достижения его целей.

Организационный процесс имеет два основных аспекта:

- Деление организации на подразделения соответственно целям и стратегиям
 - Делегирование полномочий
-

МОТИВАЦИЯ

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Задача функции мотивации заключается в том, чтобы члены организации выполняли работу в соответствии с делегированными им обязанностями и сообразуясь с планом.

В целях мотивации в менеджменте используется вознаграждение (внешние и внутренние).

КОНТРОЛЬ

Контроль - это процесс, обеспечивающий достижения организацией своих целей. Задача функции контроля – обнаружение и разрешение возникающих проблем раньше, чем они станут слишком серьезными (может также использоваться для стимулирования успешной деятельности).



ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ КОНТРОЛЯ

Три аспекта управленческого контроля:

- Установление стандартов - это точное определение целей, которые должны быть достигнуты в обозначенный отрезок времени.
 - Измерение фактически достигнутых результатов за определенный период, и сравнение достигнутого с ожидаемыми результатами.
 - Коррекция серьезных отклонений от первоначального плана. Коррекция серьезных отклонений от первоначального плана.
-



Файодем были сформулированы получившие широкое распространение четырнадцать принципов управления. Некоторые из правил существовали ещё до Файоля, другие были обобщены, третьи — сформулированы впервые.

Принципы управления по Файолю:

- 1.Разделение труда — перепоручение работникам отдельных операций и, как следствие, повышение производительности труда, ввиду того, что персонал получает возможность сосредоточения своего внимания.
 - 2.Власть и ответственность — право отдавать приказы должно быть уравновешено ответственностью за их последствия.
 - 3.Дисциплина — необходимость соблюдения правил, установленных внутри организации. Для поддержания дисциплины необходимо наличие на всех уровнях руководителей, способных применять адекватные санкции к нарушителям порядка.
-

4.Единоначалие — каждый работник отчитывается только перед одним руководителем и только от него получает распоряжения.

5.Единство действий — группа работников должна работать только по единому плану, направленному на достижение одной цели.

6.Подчинённость интересов — интересы работника или группы работников не должны ставиться выше интересов организации.

7.Вознаграждение — наличие справедливых методов стимулирования работников.

8.Централизация — естественный порядок в организации, имеющей управляющий центр. Степень централизации зависит от каждого конкретного случая.





9. Иерархия — организационная иерархия, которая не должна нарушаться, но которую, по мере возможности, необходимо сократить во избежание вреда.

10. Порядок — рабочее место для каждого работника, а также каждый работник на своем рабочем месте.

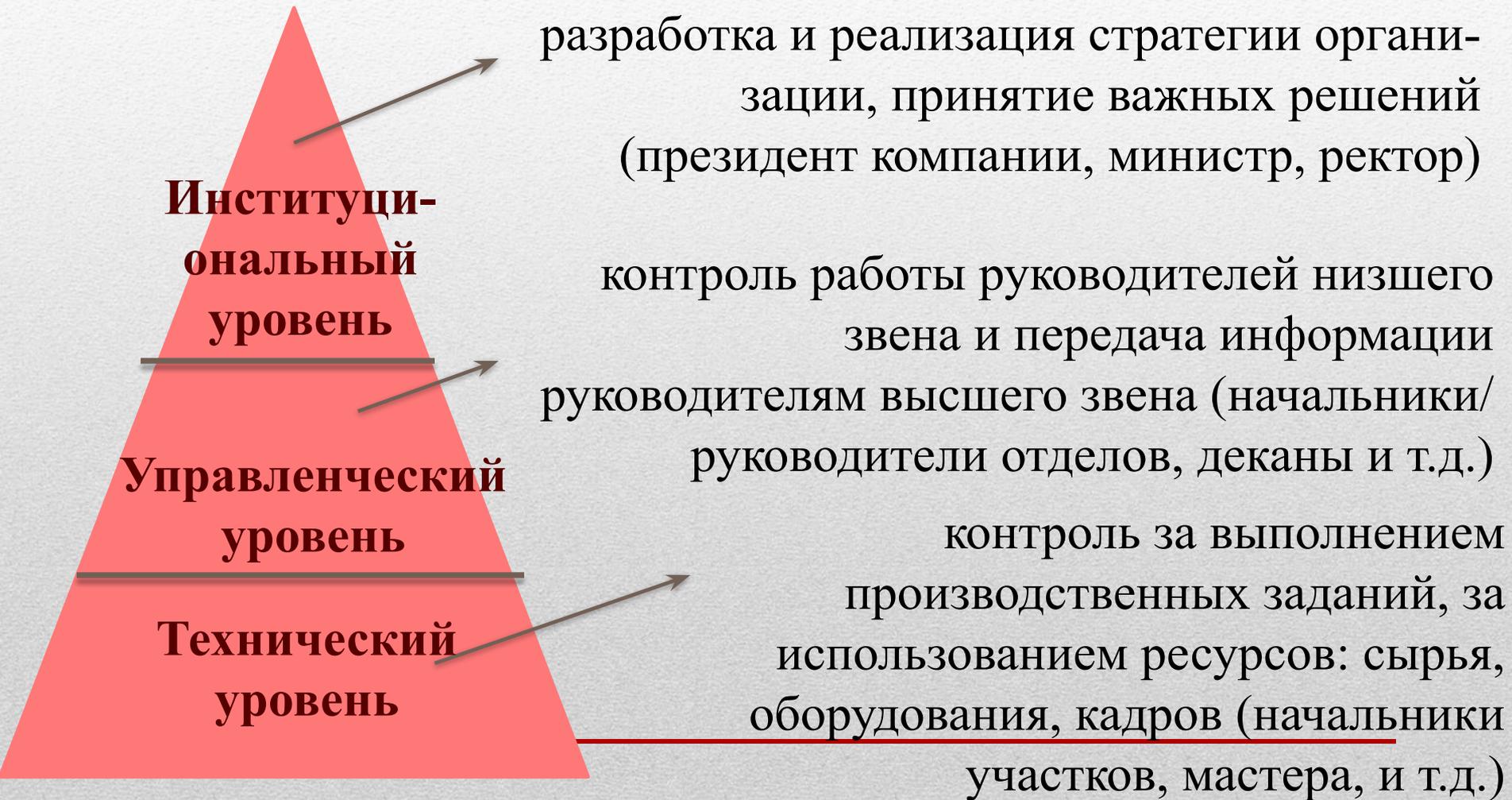
11. Справедливость — уважение и справедливость администрации к подчинённым, сочетание доброты и правосудия.

12. Стабильность персонала — текучесть кадров ослабляет организацию и является следствием плохого менеджмента.

13. Инициатива — предоставление возможности проявления личной инициативы работникам.

14. Корпоративный дух — сплочённость работников, единство силы.

Иерархия управления



Виды менеджмента

- Инновационный менеджмент – организует работу с нововведениями, координирует использование научных открытий. Это управление подразумевает творческое настроение в коллективе, особый настрой работающего персонала, готового к постоянному экспериментированию и освоению новых технологий.
 - Инвестиционный менеджмент – это работа по управлению инвестициями, рациональное вложение капитала для получения прибыли в дальнейшем.-
-

- Производственный менеджмент решает задачи определения оптимального объема и структуры выпуска продукции, применяемой технологии, рациональной загрузки оборудования; расстановки людей; устранения сбоев и неполадок; текущего контроля; руководства персоналом, разрешения конфликтов и т.п.
 - Стратегический менеджмент — разработка и реализация действий, ведущих к долгосрочному превышению уровня результативности деятельности фирмы над уровнем конкурентов.
-

- Оперативный менеджмент — управление текущими событиями; совокупность мер, позволяющих воздействовать на конкретные отклонения от установленных заданий производства.
 - Финансовый менеджмент- это процесс управления денежным оборотом, формированием и использованием финансовых ресурсов предприятий. Это также система форм, методов и приемов, с помощью которой осуществляется управление денежным оборотом и финансовыми ресурсами.
-

Мáркéтинг (от англ. marketing — в буквальном переводе с английского означает «действие на рынке», «рыночную деятельность») — это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей.

Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

— Филип Котлер «Основы маркетинга»



Цель маркетинга — привлечь новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, постоянно удовлетворяя их меняющиеся запросы.

Основная задача маркетинга — понять нужды и потребности каждого рынка и выбрать те из них, которые их компания может обслуживать лучше других. Это позволит компании производить товары более высокого качества и тем самым увеличивать объемы продаж и повышать свои доходы путем лучшего удовлетворения потребностей целевых покупателей.

Виды маркетинга

В зависимости от сферы и объекта применения различают следующие виды маркетинга:

Внутренний маркетинг: реализация товаров и услуг внутри страны.

Экспортный маркетинг: дополнительное исследование зарубежных рынков сбыта и сбытовых служб для эффективного экспорта.

Импортный маркетинг: особая разновидность исследования рынка для обеспечения высокоэффективных закупок.

Научно-технический маркетинг связан с продажей и закупкой результатов научно-технической деятельности (патенты, лицензии).

Маркетинг прямых инвестиций: изучение условий вложения капитала за рубежом и привлечения зарубежных инвестиций.

Международный маркетинг: осуществление сбыта или покупка товара у национального предприятия другой страны.

Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности: создание положительного общественного мнения в отношении конкретных лиц, организаций, мест или идей.

Литература:

Афанасьева Т.П., Ерошин В.И., Пуденко Т.И. Основы предпринимательской деятельности. – М: ЗАО «КОНСЭКО», 1998.

А.И. Орлов Менеджмент Учебник. М.: Издательство "Изумруд", 2003.

Ф.Котлер «Основы маркетинга»

Интернет-ресурсы: <http://kr.ru/daily/24215/418030/?geo=3>

http://finance.bigmir.net/useful_articles/budget/41489/

<http://www.interfax.by/article/5463>
