

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПОУ УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**по дисциплине "Менеджмент и экономические основы рекламной
деятельности"**

для студентов заочной формы обучения, обучающихся по специальности 42.02.01 "Реклама"

Екатеринбург, 2018 г.

Методические рекомендации по написанию и оформлению контрольных работ

Выполнение контрольной работы по курсу "Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности" является обязательной составной частью изучения данной дисциплины, необходимого для освоения теоретического материала. Своевременное выполнение студентом заочного отделения контрольной работы с результатом "зачтено" является необходимым условием для допуска к выполнению итогового теста.

Благодаря написанию контрольной работы студенты должны научиться осуществлять поиск, анализ и структурирование информации в области организации и управления процессом изготовления рекламного продукта, приобретут начальные практические навыки в области менеджмента и экономических основ рекламной деятельности. В результате выполнения контрольной работы студенты должны приобрести теоретические знания по отдельным разделам дисциплины и практические навыки в области планирования и разработки рекламного проекта, создания рекламной продукции в соответствии с требованиями рекламодателя, взаимодействия с субъектами рекламной деятельности, функционирования экономического механизма, этапов принятия и реализации управленческих решений в деятельности рекламной организации и др.

Задания выполняются по вариантам. Из четырех вариантов контрольной работы студент выбирает один вариант по следующей схеме: если первая буква фамилии студента А - К – студент выбирает вариант № 1, Л - О – вариант № 2, П - Т – вариант № 3, У - Я – вариант № 4.

Структура заданий включает в себя теоретические вопросы и практические задания (ситуации) по основным блокам дисциплины: "Менеджмент и его роль в повышении эффективности деятельности рекламного предприятия", "Функции управления в рекламной деятельности", "Экономические показатели и механизм деятельности рекламной компании", и "Регулирование рекламной деятельности".

Ответ на каждый теоретический вопрос или задание должны начинаться с новой страницы. Изложение каждого задания предваряется его точной формулировкой.

Решение практических заданий (ситуаций) обязательно должно включать:

- краткое изложение соответствующего теоретического материала, которым необходимо руководствоваться при анализе той или иной ситуации
- самостоятельный анализ предложенной ситуации;
- конечный ответ, представляющий собой решение практического задания (ситуации).

Критерии оценивания практических заданий (ситуаций):

- самостоятельность, глубина проработки и завершенность (содержательная, функциональная и эстетическая) при выполнении заданий, предусмотренных в исходной практической ситуации;
- умение применять соответствующие маркетинговые методы, технологии и инструменты для самостоятельного анализа исходных данных;
- умение подбирать и анализировать разнообразные источники информации для поиска дополнительных данных, необходимых для работы с практической ситуацией,

обоснованность применения дополнительных данных для анализа исходной практической ситуации;

- глубина и обоснованность выводов, предложений и рекомендаций по решению практической ситуации.

Ответы на задания контрольной работы печатаются с использованием компьютера. Текст должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word шрифтом Times New Roman (12 пунктов, через 1,5 интервала) с соблюдением следующих параметров полей: верхнее – 1,5 см, нижнее – 1 см, левое – 2,5 см, правое – 1 см.

Все страницы работы (за исключением титульного листа) должны быть пронумерованы. При этом первой страницей является титульный лист, включаемый в общую нумерацию страниц контрольной работы.

Студент в обязательном порядке должен приводить ссылки на источники, материалы которых были использованы им при ответе на теоретические вопросы и задания. При этом в случае дословного цитирования необходимо проставление кавычек. Оформление ссылок может осуществляться двумя способами: в виде подстрочного примечания (с проставлением верхнего индекса) и путем приведения номера согласно списку использованных источников (непосредственно в тексте в квадратных скобках). В обоих случаях автор работы обязан указывать в ссылке номер страницы, откуда заимствована та или иная информация.

Структура работы должна включать следующие обязательные компоненты:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Ответ на теоретические вопросы
4. Решение практических заданий (ситуаций)
5. Список литературы, использованной для ответа на теоретические вопросы и задания (оформляется в алфавитном порядке с соблюдением соответствующих правил - см. список рекомендованной литературы).

При необходимости контрольная работа может включать схемы, таблицы, иллюстрации, рисунки и т.п.

Ограничений по объему контрольной работы нет.

ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине " МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"

Вариант № 1

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Необходимость существования менеджмента в рекламе. Основные функции рекламного менеджмента
2. Организация отдела рекламы на производственном предприятии (предприятии сферы услуг), его цели и задачи
3. Субъекты рекламного рынка и их взаимодействие.
4. Методы исчисления величины рекламного бюджета и их краткая характеристика

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Один из признаков грамотного менеджмента и элементов организационного поведения руководителя - это умение правильно распределять полномочия. Распределение полномочий целесообразно закреплять письменным документом. Одним из вариантов такого документа является должностная инструкция.

Разработать вариант должностной инструкции менеджера по рекламе с учетом специфики вашей организации. Если вы не работаете вначале кратко опишите предполагаемую организацию и профиль ее деятельности.

Задание 2.

Охарактеризуйте типичную организационную схему рекламного агентства с полным циклом услуг.

Сформулируйте цели и задачи креативного отдела рекламного агентства.

Перечислите должности сотрудников креативного отдела рекламного агентства и дайте краткое описание должностных обязанностей для каждой из них.

Задание 3.

Вычислите показатель экономической эффективности рекламы, если:

- товарооборот в период до рекламной кампании - 120 000 руб.;
- товарооборот в период после рекламной кампании - 295 000 руб.;
- торговая наценка – 15 %;
- расходы на рекламу 55 000 руб.

ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"

Вариант № 2

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Организационные функции руководителя рекламного предприятия
2. Отдел рекламы в государственных (муниципальных) организациях (учреждениях). Особенности целей и задач.
3. Рекламное обращение: основные элементы и функции рекламного обращения.
4. Качество расходования средств на рекламу и его влияние на процесс определения размера рекламного бюджета

Практические задания (задачи):

Задание 1.

В большинстве случаев организация действует в условиях неопределенности внешней среды, которая, в том числе, связана с многочисленными рисками. Проанализируйте уровень неопределенности внешней среды любой известной вам рекламной компании по критериям "простая - сложная" и "стабильная - нестабильная". Перечислите минимум 3 возможных вида рисков, с которыми может столкнуться рекламная компания и предложите мероприятия, которую помогут их минимизировать.

Предварительно кратко охарактеризуйте компанию и географические границы ее деятельности, например "Рекламное агентство "Х" специализируется на Интернет - рекламе", среди заказчиков преимущественно предприятия сферы услуг г. Екатеринбурга и Свердловской области." Если вы не знакомы с деятельностью существующих рекламных компаний, выполните задание для вновь создаваемой рекламной компании, которая планирует работать на рынке вашего города или ближайшего в нему крупного города (указать город).

Задание 2.

Охарактеризуйте типичную организационную схему рекламного агентства с полным циклом услуг.

Сформулируйте цели и задачи производственного отдела рекламного агентства.

Перечислите должности сотрудников производственного отдела рекламного агентства и дайте краткое описание должностных обязанностей для каждой из них.

Задание 3.

Вычислите показатель экономической эффективности рекламы, если:

- товарооборот в период до рекламной кампании - 140 000 руб.;
- товарооборот в период после рекламной кампании - 265 000 руб.;
- торговая наценка – 12 %;
- расходы на рекламу 52 000 руб.

ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"

Вариант № 3

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Технологии формирования и оценки коммуникационной политики предприятия
2. Факторы, определяющие организационную структуру рекламной фирмы
3. Основные функции менеджера по рекламе на предприятии и его должностные обязанности.
4. Основные этапы разработки рекламного бюджета компании

Практические задания (задачи):

Задание 1.

Большинство успешных компаний имеют ясную и четкую миссию, которая формирует ценности, верования и принципы бизнеса, отражает предназначение компании, ее позиционирование (отличие от других участников рынка), определяет ту роль, которую компания хочет играть в обществе. Миссия также должна определять, что компания НЕ будет делать. Она вносит стратегический смысл в деятельность компании, порождает стремление к совершенству и становится платформой мотивации персонала.

Приведите примеры миссий 3 компаний из разных отраслей деятельности, в том числе, рекламной компании и проанализируйте выбранные миссии. В том числе:

- охарактеризуйте интеграционный потенциал каждой миссии;
- определите ценности, которые отражает миссия компании;
- проанализируйте возможности использования предложенных миссий в рекламных целях.

Задание 2.

Охарактеризуйте типичную организационную схему рекламного агентства с полным циклом услуг.

Сформулируйте цели и задачи отдела по работе с клиентами рекламного агентства.

Перечислите должности сотрудников отдела по работе с клиентами рекламного агентства и дайте краткое описание должностных обязанностей для каждой из них.

Задание 3.

Вычислите показатель экономической эффективности рекламы, если:

- товарооборот в период до рекламной кампании - 150 000 руб.;
- товарооборот в период после рекламной кампании - 275 000 руб.;
- торговая наценка – 18 %;
- расходы на рекламу 45 000 руб.

ЗАДАНИЯ для КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ студентов
по дисциплине "МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"

Вариант № 4

Дайте развернутый ответ на следующие теоретические вопросы:

1. Миссия как конкурентное преимущество компании в нестабильной рыночной среде
2. Особенности управления персоналом в интеллектуальных и творческих организациях
3. Рекламная стратегия и ее основные составляющие.
4. Факторы, влияющие на формирование рекламного бюджета компании.

Практические задания (задачи):

Задание 1.

1.1. С практической точки зрения любая цель и / или задача должна соответствовать критериям SMART. Если задача им не соответствует, то это лишь начало работы над формулировкой цели / задачи.

Оцените приведенные ниже формулировки задач на соответствие критериям SMART.

Формулировка задачи	Соответствие критериям SMART
Заниматься улучшением сервиса	
Снизить текучесть кадров в отделе маркетинга до 5% в месяц к началу III квартала текущего года	
Увеличить продажи всех товарных групп по сравнению с соответствующими показателями предыдущего года путем проведения рекламных акций	

1.2. Приведите примеры 3 долгосрочных и / или краткосрочных целей рекламного предприятия (подберите в Интернете или возьмите из практики известной вам рекламной компании), проанализируйте их на соответствие критериям SMART и доработайте, если цели им не соответствуют.

Задание 2.

Охарактеризуйте типичную организационную схему рекламного агентства с полным циклом услуг.

Сформулируйте цели и задачи отдела маркетинга рекламного агентства.

Перечислите должности сотрудников отдела маркетинга рекламного агентства и дайте краткое описание должностных обязанностей для каждой из них.

Задание 3.

Вычислите показатель экономической эффективности рекламы, если:

- товарооборот в период до рекламной кампании - 210 000 руб.;
- товарооборот в период после рекламной кампании - 300 000 руб.;
- торговая наценка – 20 %;
- расходы на рекламу 90 000 руб.

Примерные вопросы для подготовки к экзамену (зачету)

1. Сущность и содержание теории управления.
2. Теоретические основы менеджмента и его современное состояние.
3. Организационная структура предприятия.
4. Эффективность управления. Факторы, определяющие эффективность современного менеджмента.
5. Функции менеджмента и их взаимосвязь.
6. Организационная структура внутрифирменного менеджмента. Состав и функции управленческих подразделений на предприятии.
7. Факторы проектирования и распределение полномочий в организации.
8. Типология процессов управления
9. Теории лидерства. Поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Классификация стилей лидерства.
10. Понятие, природа, классификация управленческих решений. Рациональное решение проблемы.
11. Развитие взглядов на понятие мотивации. Мотивация и вознаграждение.
12. Цели и задачи в деятельности рекламного предприятия. Требования к целям; порядок их установления и согласования в организации.
13. Природа организационных изменений и управление ими. Организационное развитие.
14. Контроль в процессе принятия и реализации управленческих решений: сущность, процесс, поведенческие аспекты и характеристика эффективного контроля.
15. Коммуникационный процесс и его влияние на эффективность управления.
16. Внешняя и внутренняя среда предприятия: значение и характеристика. Внешняя среда прямого и косвенного действия.
17. Субъекты и объекты рекламного менеджмента.
18. Взаимодействие рекламного агентства и рекламной службы предприятия.
19. Понятие и факторы, определяющие размер рекламного бюджета.
20. Основные подходы к определению рекламного бюджета.
21. Методы исчисления величины рекламного бюджета.
22. Определение целей рекламной кампании.
23. Функции менеджера по рекламе на предприятии.
24. Особенности рекламного менеджмента в телевизионной рекламе.
25. Особенности рекламного менеджмента в радиорекламе.
26. Рекламное агентство: функции, виды и организационная структура.
27. Рекламная служба в организации: структура и функции.
28. Рекламное планирование, его цели и задачи, основные этапы.
29. Особенности рекламного менеджмента при организации выставочной деятельности.
30. Стратегия рекламной деятельности организации.
31. Сравнение возможностей рекламных агентств и рекламных служб организаций.

КРАТКИЙ ГЛОССАРИЙ по ДИСЦИПЛИНЕ

Администрация - составная часть управленческой деятельности, занимающаяся: выработкой корпоративной политики; координацией финансов; производством, распределением и установлением границ организации и верховного контроля администратора и т.д.

Альтернатива - 1) необходимость выбора между взаимоисключающими возможностями; 2) каждая их исключают друг друга возможностей.

Бихевиоризм - изучение психологических аспектов поведения работников, выявление их мотиваций и предпочтений.

Бюджет - метод распределения ресурсов, охарактеризованных в количественной форме, для достижения целей, также представленных количественно.

Бюрократия - букв. господство канцелярии - 1) тип организации, для которой характерно специализированное распределение труда, четкая управленческая иерархия, правила и стандарты, показатели оценки работы, принципы найма, основывающиеся на компетенции работника; 2) орган государства, организационно оформленный в виде аппарата чиновничества.

Вербальная информация - информация, получаемая из радио-, телепередач, от потребителей, поставщиков, конкурентов, на торговых совещаниях, в профессиональных организациях, от юристов, бухгалтеров и финансовых ревизоров, консультантов.

Вертикальное разделение управленческого труда – разделение, основанное на выделении уровней управления в организации. В основе его лежит координация деятельности работников или подразделений.

Власть – это возможность влиять на поведение других людей.

Внешняя среда организации косвенного воздействия - факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на операции, но, тем не менее, сказываются на них: политические факторы, социокультурные факторы, состояние экономики, международные события, научно-технический прогресс

Внешняя среда организации прямого воздействия - факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое влияние операций организации: поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители и конкуренты.

Внутренняя среда организации - это совокупность ситуационных факторов внутри организации: цели, структура, задачи, технология и люди.

Восприятие - единство процессов отбора и систематизации поступающей из окружения информации, каждый из которых осуществляется как в соответствии с общими закономерностями, так и под влиянием индивидуальных особенностей личности.

Горизонтальное разделение управленческого труда – разделение труда по видам работ, по функциям. Оно проявляется в выделении специалистов, создании функциональных служб и подразделений в организации.

Группа - это двое или более людей, взаимодействующих друг с другом таким образом, что каждый из них одновременно и оказывает влияние на другого, и испытывает его влияние.

Группы формальные - это группы созданные по воле руководства для организации производственного процесса.

Делегирование ответственности - передача подчиненным права принятия определенных решений или права на решение определенных проблем.

Делегирование полномочий - передача подчиненным власти в принятии решений и в осуществлении тех или иных действий, права использовать ресурсы организации для выполнения делегированных им задач.

Департаментизация - процесс организационного обособления, группирования специализированных работ в организации (от слова «департамент» или «отдел»).

Деперсонализированный - обезличенный, противоп. персонализированный (персона (лат. persona) - особа, личность).

Деструкция - разрушение, нарушение нормальной структуры чего-либо.

Децентрализация - передача функций управления от центральных органов власти местным органам, расширение круга полномочий нижестоящих органов управления за счет вышестоящих.

Децентрализация управления - передача прав, функций и ответственности с верхних уровней управления на нижние.

Диапазон потенциальных возможностей - это функциональные службы организации: маркетинг, производство, НИОКР, финансы и т.д., а также навыки общего управления, например, развитием, диверсификацией, расширением за счет приобретения других фирм.

Друкер Питер Ф. - американский экономист, социолог, специалист в области проблем управления. П. Друкер один из теоретиков эмпирической школы в индустриальной социологии, которая основывается на синтезе «классической» школы управления и теории «человеческих отношений». С точки зрения П. Друкера, единство теории и бизнеса - это главная определяющая особенность эмпирической школы. Друкер считал, что основные усилия менеджеров должны быть направлены на создание системы заинтересованности, формирование и совершенствование эффективной мотивации труда. На уровне предприятий это проявляется, прежде всего, в оплате труда и достижении каждым работником удовлетворенности трудом. Друкер сформулировал основы ситуационного подхода к управлению: необходимость конкретного анализа ситуаций для принятия правильных управленческих решений. Он рассматривает ситуационную теорию в качестве объединяющей концепции, считая необходимым превращение ее в основополагающий принцип управленческого мышления. Основные работы П. Друкера: «Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы», «Новые реальности в правительстве и политике, в экономике и бизнесе, в обществе и мировоззрении».

Задача - определенная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом, в заранее ограниченные сроки.

Знание - 1) результаты познания, научные сведения; 2) совокупность сведений в какой-либо области.

Иерархия - 1) расположение частей или элементов целого в порядке от высшего к низшему; 2) расположение служебных званий, должностей в порядке их подчинения (иерархическая лестница).

Канал - 1) линия связи, коммуникации; устройство для передачи информации; 2) путь, средство для перемещения чего-либо; 3) искусственное русло, наполненное водой.

Коммуникабельность - способность, склонность к коммуникации, к установлению контактов и связей.

Коммуникации - процесс обмена информацией, ее смысловым значением между двумя или более людьми.

Коммуникации вертикальные - информация, перемещающаяся внутри организации по нисходящей, т.е. с высших уровней на низшие.

Коммуникации горизонтальные - информация, перемещающаяся снизу вверх и выполняющая функцию оповещения руководства о том, что делается на низших уровнях.

Коммуникации неформальные - обмен слухами между людьми.

Коммуникационная сеть - соединение определенным образом участвующих в данном процессе индивидов с помощью информационных потоков. Такой подход рассматривает не индивидов как таковых, а коммуникационные отношения между индивидами. Коммуникационная сеть включает потоки посланий или сигналов между двумя и более индивидами. Коммуникационная сеть концентрируется на выработанных в организации образцах этих потоков, а не на том, удалось ли передать значение или смысл послания, и влияет на сокращение или увеличение разрыва между посланным и полученным значением.

Коммуникационный стиль - это способ, с помощью которого индивид предпочитает строить отношения по данному поводу с другими. Знание стилей помогает определить то, как себя вести с этим стилем, и, что можно ожидать от поведения, связанного с этим стилем.

Коммуникация - 1) путь сообщения, линия связи; 2) сообщение, общение. Коммуникация - передача информации от одного субъекта другому. Субъектами могут выступать отдельные личности, группы и даже целые организации. В таком случае коммуникация носит межличностный характер и осуществляется путем передачи идей, фактов, мнений, намеков, ощущений или восприятий, чувств и отношений от одного лица другому в устной или какой-либо другой форме (письменно; жесты; поза; тон голоса; время передачи; то, что не сказано и тому подобное) с целью получения в ответ желаемой реакции.

Компенсация за действия - внешняя реакция на поведение человека, выражающаяся в том, что человек либо что-то приобретает, либо что-то теряет, чего-то добивается или же чего-то не достигает, в результате осуществленных им в форме определенного поведения действий.

Компенсация отрицательная - реакция на поведение человека, при которой его желаемое поведение сразу же приводит к устранению нежелательных для человека обстоятельств или раздражителей. Например, человек, который не ведет себя должным образом, подвергается бойкоту окружающих.

Компенсация положительная - реакция на поведение человека в виде вознаграждения, которое, независимо от формы, приводит к приятным для него последствиям.

Контекст - законченный в смысловом отношении отрывок письменной или устной речи, необходимый для определения смысла отдельного входящего в него слова или фразы.

Континуум - непрерывность, неразрывность явлений, процессов.

Континуум управленческий - непрерывность, неразрывность изменений, исторического развития, оформления управления в научную дисциплину.

Контроль - процесс проверки того, как данная организация осуществляет свои цели, и корректировки ее действий, состоящий из трех этапов: постановка задач для исполнения; проверка реального исполнения задач; решение проблем, если исполнение не соответствует поставленным задачам. Является одной из функций управления.

Контроль – функция менеджмента, которая устанавливает степень соответствия принятых решений фактическому состоянию системы управления, реально достигнутых результатов и целей запланированным, выявляет отклонения и их причины. Существует две основные формы К. активный и пассивный. Пассивный осуществляется дискретно, по окончании какого-либо процесса, при активном во время всего процесса на управляемый объект оказывается воздействие.

Конфликт - отсутствие согласия между двумя или более сторонами, которые могут быть конкретными лицами или группами. Каждая сторона делает все, чтобы принята была ее точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать тоже самое. К. (лат. conflictus столкновение) - столкновение противоположных интересов, взглядов; серьезное разногласие, спор.

Конфликт – это противоречие между двумя и более сторонами, то есть конкретными лицами или группами, когда каждая сторона делает так, чтобы была принята ее точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать то же самое.

Концепция - 1) система взглядов, то или иное понимание явлений, процессов; 2) единый, определяющий замысел, ведущая мысль какого-либо произведения, научного труда и т.д.

Концепция стратегического менеджмента - система взглядов, которая позволяет организации добиваться своих целей в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды.

Кооперация - форма организации труда, при которой большое число людей совместно участвует в одном или в разных, но связанных между собой процессах труда.

Координация – одна из функций управления, реализация которой состоит в согласовании внутреннего состояния фирмы с условиями внешней среды, в обеспечении согласованности в работе всех звеньев системы, в обеспечении единства и согласования всех функций управления.

Корпорация - широко распространенная в развитых странах форма организации предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих (менеджеров), работающих по найму. Корпорации могут быть как государственными, так и частными. Юридический статус корпорации предопределяет систему налогообложения их прибылей. В отличие от партнерств и индивидуальных деловых предприятий, чьи доходы облагаются по ставке индивидуального подоходного налога, прибыли корпорации облагаются налогом на прибыль, который, как правило, отличается от подоходного налога как по величине ставок, так и по набору льгот и вычетов из налоговой базы (дохода, подлежащего налогообложению) или налоговых обязательств.

Критериальная база поведения - расположение человека к людям, событиям и процессам; совокупность ценностей, разделяемых им; набор верований, которых он придерживается и принципов, которым он следует в своем поведении.

Лидер - глава, руководитель политической партии, профсоюза и т.д.

Лидерство – специфический тип управленческого взаимодействия, при котором лидер четко видит будущее и пути движения к нему, не контролирует окружающих, а ведет их за собой, вдохновляет их.

Лидерство - способность влиять на индивидуумов и группы людей, чтобы побудить их действовать для достижения определенных целей.

Личность - характеристики отдельного человека и его поведения, которые сгруппированы таким образом, что отражают уникальный характер приспособления данного лица к окружающей среде.

Менеджер - наемный управляющий, специалист по менеджменту.

Менеджер – человек, занимающий постоянную управленческую должность и наделенный полномочиями принимать решение по определенным видам деятельности организации, функционирующей в рыночных условиях. Менеджеры занимают различные позиции в организации, выполняют разные функции.

Менеджмент - 1) междисциплинарная отрасль научного знания с четко выраженным приоритетом прагматических установок; 2) составная часть управленческой деятельности организации, связанная с выполнением политики в пределах, определенных администратором, а также с использованием организации для решения задач, поставленных перед нею.

Менеджмент – практическая деятельность по управлению производством или коммерцией, преследующая цели повышения эффективности работы и увеличения прибыли; теория управления, совокупность принципов, методов, средств и форм управления; в современной отечественной практике также руководящий состав предприятия, акционерного общества.

Методы управления – это способы воздействия управляющей подсистемы – субъекта управления на управляемую подсистему – объект управления для достижения поставленных целей. В системе методов управления выделяют общие методы, к ним относятся организационные, экономические и социально-психологические методы.

Методы управления административные – опираются на систему законодательных актов страны и региона, систему нормативно-директивных и методических (обязательных к применению) документов фирмы и вышестоящей организации; систему планов, программ, заданий; систему оперативного руководства (власти).

Методы управления социально-психологические – методы, направленные на управление социально-психологическими процессами в коллективе (работнике) по достижению поставленной цели при условии сохранения здоровья работников и хорошего морально-психологического климата в коллективе, соблюдения законодательства и требований нормативных актов.

Методы управления экономические – способы воздействия на экономические интересы объекта управления при помощи налоговой системы, кредитно-финансового механизма, таможенной системы, экономических нормативов функционирования фирмы, системы мотивации за качественный труд.

Миссия организации – сформулированное утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от подобных.

Модель - представление объекта, системы или идеи в некоторой форме, отличной от самой целостности.

Модель аналоговая - представляет исследуемый объект аналогом, который ведет себя как реальный объект, но не выглядит как таковой; пример аналоговой модели - организационная схема.

Модель математическая (символическая) — использует символы для описания свойств или характеристик объекта или события.

Модель Портера-Лоулера - комплексная процессуальная теория мотивации, объединяющая элементы теории ожиданий и теории справедливости. Она включает пять переменных величин: усилие, ожидание, результативность, вознаграждение и удовлетворение.

Модель физическая - то, что исследуется с помощью увеличенного или уменьшенного описания объекта или системы. Примеры физической модели - сынка чертежа завода, его уменьшенная фактическая модель, уменьшенный в определенном масштабе чертеж проектировщика. Такая физическая модель упрощает визуальное восприятие и помогает установить, сможет ли конкретное оборудование физически разместиться в пределах отведенного для него места.

Морально-психологический климат – устойчивое психическое состояние социальной группы, отражающее ценностные ориентации и характер межличностных отношений. Важнейшие признаки благоприятного климата: доверие и высокая требовательность членов группы друг к другу; доброжелательная и деловая критика; свободное выражение мнения; отсутствие давления на подчиненных; достаточная информированность членов коллектива о его задачах и состоянии дел; удовлетворенность принадлежностью к коллективу; взаимопомощь членов коллектива; принятие каждым членом коллектива ответственности за состояние дел в группе.

Мотив - побудительная причина, повод к какому-либо действию, довод в пользу чего-либо.

Мотивации - психологические стимулы, которые дают действиям людей цели и направления. Эти стимулы происходят из нас самих. Но если мы говорим о руководителях, «мотивирующих» других, мы говорим о путях, которыми они фокусируют человеческие мотивации на достижение целей организации; М. - процесс создания у членов организации внутреннего побуждения к действиям для достижения целей организации в соответствии с делегированными им обязанностями и согласно с планом. Одна из функций управления.

Мотивация – функция менеджмента, предполагающая побуждение себя и других людей к деятельности для достижения целей организации и личных целей. Поведение каждого человека определяется мотивами, т.е. внутренними силами, побуждающими к осуществлению определенных действий. Каждый человек обладает собственной структурой мотивов, которые определяются потребностями человека, осознанием степени и возможностей их удовлетворения.

Мотивация по принципу «кнута и пряника» — намеренное и интенсивное использование внешних поощрений и наказаний для мотивации сотрудников, сходное с легендарным методом, заставлявшим двигаться осла.

Навык - умение, выработанное упражнениями, привычкой.

Научение поведению - устойчивый во времени процесс изменения поведения человека на основе опыта, отражающего действия человека и реакцию окружения на эти действия.

Научная организация управленческого труда – такая организация труда управленческих работников, которая основывается на использовании достижений науки и передового опыта, прогрессивных

форм хозяйствования, применении технических средств и позволяет наилучшим образом устанавливать взаимодействие служащих между собой и рабочими, а также с используемыми техническими средствами в процессе осуществления функций управления и инженерно-технического и экономического обеспечения производства (коммерции).

Невербальная информация – информация, посланная отправителем без использования слов.

Неопределенность внешней среды - функция количества информации, которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функция уверенности в этой информации. Если информации мало или есть сомнения в ее точности, среда становится более неопределенной, чем в ситуации, когда имеется адекватная информация и есть основания считать ее высоконадежной.

Неформальный коллектив – это спонтанно образовавшаяся группа людей, которая вступает во временное взаимодействие для достижения определенных целей.

Нивелирование - 1) геод. определение точек земной поверхности относительно некоторой избранной точки над уровнем моря; 2) н. астрономических и геодезических инструментов - приведение основной оси инструмента в правильное положение; 3) перен. приведение к одному уровню, сглаживание различий.

Нормы групповые - эталоны приемлемого и неприемлемого поведения в группе.

Обогащение труда - процесс структурирования трудовой деятельности таким образом, чтобы дать почувствовать исполнителю сложность и значимость порученного ему дела, независимость в выборе решений, отсутствие монотонности и рутинных операций, ответственность за данное задание, ощущение того, что человек выполняет отдельную и полностью самостоятельную работу.

Обработка информации - процесс расположения ее в определенном порядке, придание ей неких завершенных форм, что наполняет информацию новым смыслом и значением. Обработка информации создает образы, формы, которые человек может распознать и которые понимаются им определенным образом. При этом происходит процесс сведения комплекса информационных сигналов до упрощенных синтезированных образов и категорий.

Общее руководство - организационная функция, отвечающая за эффективность деятельности организации в целом. Сюда относится разработка позиции организации в конкурентной борьбе, обеспечивающей ее скоординированное продвижение к цели данного этапа. Общего руководства - возможность и способность действовать таким образом, чтобы оптимизировать достижение целей организации ближайшего и последующего этапов.

Объект управления – это орган, воспринимающий управляющие воздействия со стороны субъекта управления. Он получает импульсы (команды управления) и действует в соответствии с ними. В качестве О. у. выступает работник, трудовой коллектив, товары, ресурсы, документы и т.д.

Организаторские способности – это индивидуально-психологические особенности личности, позволяющие человеку овладеть методами организационной деятельности и успешно их реализовать.

Организационная культура – это принимаемые большей частью организации философия, ценностные ориентации, нормы поведения, правила и климат в организации, лежащие в основе отношений внутри организации и за ее пределами.

Организационная структура управления организацией – логическое соотношение функциональных областей и уровней управления, используемое для достижения целей организации.

Организационное окружение - та часть организации, с которой человек сталкивается во время своей работы. Для большинства людей организационное окружение включает как рабочее место так и такие характеристики и составляющие организации, как производственный профиль, положение в отрасли, положение на рынке, размер организации, ее месторасположение, руководство, организационная структура, правила поведения и внутренний распорядок, условия труда, система оплаты, система социальных гарантий, философия организации, общение, трудовые отношения, коллеги и т.д.

Организация - 1) группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей; 2) составная часть управленческой деятельности, представляющая собой процесс, таким образом комбинирующий труд, выполняемый индивидами или группами людей, наделенных качествами, необходимыми для его выполнения, что обеспечиваются наилучшие каналы эффективного, систематического, позитивного и скоординированного приложения знаний работников. О. - процесс распределения работы среди сотрудников или групп сотрудников и координация их деятельности. Одной из функций управления.

Организация – систематизированное, сознательное объединение людей, преследующих достижение определенных целей; функция управления.

Организация неформальная - группа в составе формальной организации, которая возникает спонтанно и где люди вступают во взаимодействие друг с другом достаточно регулярно. О. н. - спонтанно

образовавшаяся группа людей, которые вступают в регулярное взаимодействие для достижения определенной цели.

Организация формальная - группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

Ответственность социальная - определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы общества со стороны организации. Этот отклик имеет место по отношению к тому, что лежит вне определяемых законом или регулирующими органами требований. Организация может выступать спонсором спортивных состязаний, театральных постановок, т.е. поступать социально ответственно.

Ответственность юридическая - следование организации законам и нормам государственного регулирования, определяющим, что она может, а чего не может.

Отношение - конкретное убеждение или чувство человека в преломлении к тем или иным аспектам окружающей среды.

Персонал – все работники, выполняющие производственные или управленческие операции и занятые переработкой предметов труда с использованием средств труда.

План - 1) намеченная на определенный период работа с указанием ее целей, содержания, объема, методов, последовательности, сроков выполнения; 2) замысел, предусматривающий ход, развитие чего-либо.

Планирование – первая функция управления, заключающаяся в анализе ситуаций и факторов внешней среды, прогнозировании, оценке альтернативных вариантов достижения целей, разработке планов и средств их достижения. Планирование на уровне компаний реализуется в форме стратегических и бизнес-планов. На общенациональном уровне оно носит индикативный, ориентирующий характер.

Планирование - процесс определения целей и путей их достижения. Одна из функций управления.

Подбор персонала – процесс отбора подходящих кандидатур на вакантные места, исходя из имеющегося резерва кадров на бирже труда и на предприятии. Основой его является наличие объективной информации о работнике и формальных требований к вакантной должности.

Подвижность среды - скорость, с которой происходят изменения в окружении организации.

Подразделение - составная часть организации, выполняющая специфические конкретные задания и добивающаяся конкретных специфических целей в рамках организационных целей.

Подсистема социотехническая - совокупность взаимосвязанных внутренних переменных организации (цели, структура, задачи, технология и люди). Изменение одной из них в определенной степени влияет на все другие.

Политика - общие ориентиры для действий и принятия решений.

Полномочия - ограниченное право использовать ресурсы организации для выполнения делегированных задач.

Потребность - внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо.

Правила - указания, что следует делать в конкретной ситуации.

Приверженность организации - отношение работника к организации, когда он: разделяет и делает своими собственными цели организации и ее ценности; стремится оставаться в организации, и сохраняет данное стремление даже тогда, когда это может быть для него невыгодно; готов не только стараться для организации, но и, если надо, принести в жертву организационным интересам свои личные.

Приемлемость роли - человек готов выполнять ту или иную роль осознанно, исходя из того, что это принесет ему определенное удовлетворение, приведет к получению некоего положительного результата, который не обязательно должен носить материальный характер и быть четко определенным для человека до начала действия.

Принцип - 1) основное, исходное положение какой-либо теории, учения и так далее; руководящая идея, основное правило деятельности; 2) внутреннее убеждение, взгляд на вещи, определяющие норму поведения; основа устройства, действия какого-либо механизма, прибора, установки.

Принципы менеджмента - основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Впервые их сформулировал А. Файоль: 1) разделение труда; 2) полномочия и ответственность; 3) дисциплина; 4) единоначалие; 5) единство направления; 6) подчиненность личных интересов общим; 7) вознаграждение персонала; 8) централизация; 9) скалярная цепь; 10) порядок; 11) справедливость; 12) стабильность рабочего места для персонала; 13) инициатива; 14) корпоративный дух. Многие из них до сих пор практически полезны, несмотря на изменения, которые произошли с тех пор, как А. Файоль впервые их сформулировал.

Принципы управления – основные правила, вытекающие из объективных экономических законов, которыми должны руководствоваться субъекты управления в процессе управления конкретными объектами.

Прогнозирование - метод, в котором используются как накопленный в прошлом опыт, так и текущие допущения насчет будущего с целью его определения. Если прогнозирование выполнено качественно, результатом станет картина будущего, которую вполне можно взять за основу планирования.

Производительность - отношение количества единиц на выходе к количеству единиц на входе.

Профессионализм менеджера – обладание менеджером специальными знаниями и навыками в области организации производства (коммерции) и управления, способность его работать с людьми.

Процедуры - действия, которые должны быть предприняты в конкретной ситуации.

Процесс контроля - последовательность действий по обеспечению достижения организацией своих целей, состоящая из трех этапов: выработка стандартов и критериев оценки; сопоставление реальных результатов со стандартами; принятие необходимых корректирующих действий.

Процесс принятия решений - последовательная реализация этапов: диагноз проблемы; формулировка ограничений и критериев для принятия решения; выявление альтернатив; оценка альтернатив; окончательный выбор.

Процесс связующий - деятельность, перекрывающая и связывающая четыре основные функции управления: планирование, организацию, мотивацию и контроль в управлении. Основные связующие процессы - принятие решений и общение (коммуникация). Руководство тоже можно рассматривать как связующий процесс.

Процесс стратегического менеджмента - совокупность последовательных действий (функций) для достижения целей, поставленных перед организацией в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды, позволяющая оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивой к внешним воздействиям.

Процесс управления - взаимосвязь функций планирования, организации, мотивации и контроля посредством процессов коммуникации и принятия решений.

Процесс управления – совокупность непрерывных взаимосвязанных действий по формированию и использованию ресурсов организации для достижения ею своих целей.

Разделение труда вертикальное - отделение работы по координированию действий от самих действий. Деятельность по координированию работы других людей составляет сущность управления.

Разделение труда горизонтальное - разделение всей работы на составляющие компоненты.

Расположение - априорное отношение к человеку, группе людей, явлениям, организациям, процессам, и вещам, определяющее положительную или негативную реакцию на них.

Решение - выбор альтернативы.

Решение интуитивное - выбор, сделанный только на основе ощущения того, что он правилен.

Решение организационное - выбор, который должен сделать руководитель, чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью. Цель организационного решения - обеспечение движения к поставленным перед организацией задачам. Наиболее эффективным организационным решением является выбор, который будет реализован и внесет наибольший вклад в достижение конечной цели.

Решение, основанное на суждении, — выбор, обусловленный знаниями или накопленным опытом. Человек использует знание о том, что случилось в сходных ситуациях ранее, чтобы спрогнозировать результат альтернативных вариантов выбора в существующей ситуации. Опираясь на здравый смысл, он выбирает альтернативу, которая принесла успех в прошлом. Такие решения иногда кажутся интуитивными, поскольку логика их не очевидна.

Самоконтроль менеджера – контроль менеджера за результатами своей деятельности, благодаря которому улучшается трудовой процесс и определяется, были ли достигнуты поставленные цели, а также вносятся необходимые коррективы.

Самоменеджмент руководителя – последовательное и целенаправленное использование руководителем испытанных методов работы в повседневной практике.

Самоуправление – это возможность организации самостоятельно принимать и реализовать любые решения в рамках существующего законодательства для достижения поставленных целей.

Связующие процессы - процессы принятия решений и коммуникации, которые связывают четыре управленческие функции (планирования, организации, мотивации, контроля), обеспечивая их взаимозависимость.

Связь – категория управления, отражающая форму взаимодействия элементов системы. Посредством ее формируются отношения, определенные для данной структуры. В системах управления различают цепи прямой и обратной связей.

Селективный - отобранный из какой-либо совокупности по заранее определенным признакам. Например, селективная информация - информация, отобранная по заранее определенным признакам.

Система - 1) множество закономерно связанных друг с другом элементов (предметов, явлений, взглядов и т.д.), представляющее собой определенное целостное образование, единство; 2) порядок, обусловленный планомерным, правильным расположением частей в определенной связи, строгой последовательностью действий; принятый, установившийся распорядок чего-либо; 3) форма, способ организации чего-либо; 4) совокупность хозяйственных единиц, учреждений, родственных по своим задачам и организационно объединенных в единое целое.

Система управления – определяется в элементарном виде как совокупность управляющей (субъекта управления) и управляемой (объекта управления) подсистем, а также связей между ними. Система управления состоит из субъекта и объекта управления; субъект управления - тот, кто управляет, объект - кем управляют.

Систематизация информации - обработка с целью приведения к определенному виду и интерпретация информации, позволяющая индивиду определенным образом реагировать на ее получение.

Ситуация - конкретный набор обстоятельств, которые сильно влияют на организацию в данное конкретное время.

Сложность внешней среды - число факторов, на которые организация обязана реагировать; уровень вариантности каждого фактора.

Социализация - процесс включения человека в организационное окружение, который в равной мере зависит как от характеристик этого окружения, так и от характеристик самого человека.

Специализация внутри предприятий - сосредоточение отдельных цехов, участков и рабочих мест на выполнении определенных технологических операций или групп операций, на которые расчленяется процесс изготовления готовой продукции при производственной и территориальной кооперации цехов, участков и отдельных рабочих мест.

Специализация международная - планомерный процесс концентрации изготовления определенной конструктивно и технологически однородной продукции на специально предназначенных предприятиях отдельных стран.

Специализация отрасли - приспособленность отрасли к выпуску длительно и стабильно повторяющейся номенклатуры продукции определенного экономического назначения, идущей на удовлетворение общественных потребностей и личных нужд.

Специализация предприятия - производственно-технологическая приспособленность и сосредоточение предприятия на выпуске стабильно повторяющейся и технологически однородной номенклатуры продукции узкого или ограниченного ассортимента.

Специализация производства - форма общественного разделения труда между отраслями народного хозяйства, предприятиями, а также внутри отраслей и предприятий на различных стадиях производственного процесса.

Спецификация - перечисление специфических особенностей чего-либо; распределение по разрядам, классификация.

Средства достижения цели - существующие в природе и обществе предметы или действия (для организации - ее структура и процессы), включенные в систему целенаправленной деятельности и обеспечивающие получение определенного результата.

Стандарты - конкретные цели, прогресс в отношении которых поддается измерению.

Статус - правовое положение, состояние.

Статус неформальный - позиция нахождения роли работника, придаваемая ей окружающими людьми. Неформальный статус роли задается либо персональными характеристиками исполнителя роли, либо же неформально определенными значением и влиянием роли в организации. Человек может обладать особыми личностными чертами, либо возрастными и квалификационными характеристиками, которые будут вызывать повышенное уважение окружающих и готовность признавать его более высокое лидерское положение, чем это определено формальным статусом роли.

Статус формальный - позиция нахождения роли работника в иерархическом построении организации. Свидетельствует о том, какими властными правами обладает исполнитель данной роли, каково его положение в формальной иерархии распределения влияния на деятельность организации.

Стереотипизация - сведение более сложного и оригинального явления к определенному представлению об этом явлении. Помогает снять неопределенность, устранить неясность, и тем самым облегчить процесс познания.

Стиль руководства в контексте управления - привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить их к достижению целей организации. Степень, до которой управляющий делегирует свои полномочия; типы власти, используемые им, и его забота,

прежде всего, о человеческих отношениях или, прежде всего, о выполнении задачи - отражает стиль руководства, характеризующий данного лидера.

Стиль управления – это совокупность наиболее характерных и устойчивых методов решения задач, используемых руководителем, манера его поведения по отношению к подчиненным.

Стимул - побуждение к действию, побудительная причина.

Стратегическое планирование - процесс выбора целей для организации и принятия решения о том, что следует делать для их достижения. Обеспечивает основу для всех управленческих решений.

Стратегическое управление организацией – управление, ориентирующее ее деятельность на запросы потребителей, осуществляющее гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что позволяет организации выживать и достигать цели в перспективе.

Структура организации - логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, построенных в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации.

Субъект управления – звено или часть системы управления, являющиеся источником воздействия на объект управления. В качестве субъекта управления можно рассматривать совокупность отделов и служб фирмы или отдельное подразделение, индивидуума и др.

Тактика - конкретные краткосрочные стратегии.

Теория ожидания - процессуальная концепция, согласно которой наличие у человека активных потребностей не является единственным и достаточным условием мотивации его поведения на достижение какой-либо цели. Человек должен ожидать, что его действия обязательно приведут к достижению этой цели.

Теория потребностей Д. МакКлеланда - содержательная модель мотивации, которая описывает поведение людей через три категории потребностей: власти, достижений, принадлежности.

Теория справедливости - процессуальная теория мотивации, согласно которой люди субъективным образом определяют отношение ожидаемого поощрения к затраченным для этого усилиям и сопоставляют полученное отношение с отношениями, получаемыми другими людьми, выполняющими аналогичную работу. Если человек в данной ситуации считает, что его коллега получает большее вознаграждение, то он будет стремиться ликвидировать это дисбаланс.

Технология - совокупность средств, процессов, операций, методов, с помощью которых входящие в производство элементы преобразуются в выходящие; охватывает машины, механизмы и инструменты, навыки и знания.

Трудовой коллектив – объединение работников, осуществляющих совместную трудовую деятельность.

Умение - навыки в каком-нибудь деле, опыт. **Уметь** - обладать навыком, полученными знаниями, быть обученным чему-либо.

Управление - свойство систем различной природы сохранять свою целостность, структурное единство и добиваться достижения поставленных целей.

Управление (в общем виде) – это определенный тип взаимодействия двух объектов, один из которых при этом находится в позиции субъекта управления, а другой – в позиции объекта управления

Управление персоналом – целенаправленная деятельность руководства и специальных подразделений организации, включающая разработку кадровой политики, обеспечивающей реализацию стратегии организации, формирование системы управления персоналом, определение потребностей организации в персонале и их удовлетворение, а также эффективное использование, профессиональное и социальное развитие кадров.

Управление по целям (УПЦ) - метод объединения планирования, контроля и мотивации, который успешно применяют многие организации для уменьшения числа конфликтов и снижения отрицательной реакции людей на контроль путем их участия в этом процессе. Метод УПЦ помогает реализовать стратегию путем улучшения связи между целями подчиненных, целями их начальников и целями всей организации.

Управленческий потенциал (возможности) - объем работы, с которым может справиться общее руководство. Адекватность возможностей зависит от того, как реагирует общее руководство на возникающие проблемы. Например, при управлении по исключениям, если меняются внешние условия, требуется намного меньшее число руководителей, чем при резкой смене стратегии организации.

Управленческое обследование - методичная оценка функциональных зон организации, предназначенная для выявления ее стратегически сильных и слабых сторон. С целью упрощения в обследование включают пять функций: маркетинг, финансы (бухгалтерский учет), операции (производство), человеческие ресурсы, а также культура и образ корпорации.

Управленческое решение – это нахождение определенного варианта действий, сам процесс деятельности и ее конечный результат.

Управляющая подсистема - уровень деятельности по руководству и контролю за деятельностью организации

Функции управления – это относительно самостоятельные, специализированные и обособленные виды управленческой деятельности.

Функциональный потенциал - диапазон потенциальных возможностей, включающий функциональные службы организации: маркетинг, производство, НИОКР, финансы и так далее, а также навыки общеорганизационного управления, например, развитием, диверсификацией.

Функция управления - обособленное направление управленческой деятельности. А. Файоль, которому приписывают первоначальную разработку этой концепции, считал, что существует пять исходных функций: планирование, организация, распорядительство, координация, контроль. Обзор современной литературы позволяет выявить следующие функции - планирование, организация, распорядительство (или командование), мотивация, руководство, координация, контроль, коммуникация, исследование, оценка, принятие решений, подбор персонала, представительство и ведение переговоров или заключение сделок. Фактически почти в каждой публикации по управлению содержится список управленческих функций, который будет хоть немного отличаться от других подобных списков.

Харизма – вид власти, основывающейся на исключительной одаренности, особых личных качествах индивида, позволяющих ему осуществлять функцию пророка, вождя или реформатора, вызывающих преклонение перед ним и безоговорочную веру в его возможности.

Цели - конкретные конечные состояния или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе.

Цели оперативные - исходят из действительной политики и указывают, что организация на самом деле пытается делать. Имеют внутреннюю направленность, важны для членов организации.

Цели операционные - цели организации еще более специфичные и более измеряемые, чем оперативные. Направляют поведение и по ним дают оценку работе; разрабатываются до деталей и выражаются в количественных терминах.

Цели официальные - определяют общее назначение организации. Абстрактны, идеалистичны и описываются в качественных терминах, оправдывая существование организации перед обществом; по ним трудно определить, чем на самом деле занимается организация.

Цель - один из элементов поведения и сознательной деятельности человека, характеризуемый предвосхищением в мышлении результата деятельности и пути его реализации с помощью определенных средств. Цель выступает как способ интеграции различных действий человека, а для организации - действий различных людей, в некоторую упорядоченность или систему. Цель является исходным пунктом, определяющим отношения между субъектом и объектом управления.

Цель управления – желаемое, возможное и необходимое состояние управляемой системы, которое должно быть достигнуто. Определение Ц. у. – начальный этап процесса управления. Цель является направляющим фактором деятельности руководителя. Цели классифицируются на перспективные и краткосрочные, общие и частные, промежуточные и конечные.

Ценности - набор стандартов и критериев, которым человек следует в своей жизни; общие убеждения, вера человека по поводу того, что хорошо и что плохо, или что безразлично в жизни.

Централизация - 1) сосредоточение чего-либо в одном месте, в одних руках, в одном центре; 2) условие, при котором право принимать наиболее важные решения остается за высшими уровнями управления.

Централизация управления - сосредоточение управления в одном центре, в одних руках, в одном месте; создание иерархической структуры управления, в которой преобладают вертикальные связи, когда верхние уровни обладают определяющими полномочиями в принятии решений, а эти решения строго обязательны для нижних уровней.

Шум - любое вмешательство в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающее смысл послания.

Эволюция менеджмента - процесс изменения менеджмента, его исторического развития, оформления в систематизированную научную дисциплину.

Эмпирический - основанный на опыте.

Этика - система норм нравственного поведения человека, какого-либо класса, общественной или профессиональной группы.

Этические нормативы - система общих ценностей и правила этики, которые, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этической атмосферы и определения этических рекомендаций в процессах принятия решения.

Эффективность организации - результативность организации, соотношение результатов деятельности и затраченных на их достижение трудовых и материальных ресурсов. Сущность процесса увеличения эффективности организации состоит в повышении экономических результатов на каждую единицу затрат.

Перечень рекомендуемой литературы

Основная учебная литература

1. Менеджмент: учебник для СПО / под общ. ред. Н.И. Астаховой, Г.И Москвитина. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 422 с.

<https://biblio-online.ru/viewer/9E8E2EFB-1214-46B9-8877-5437C9DF510C>

2. Щепилова Г.Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности: учебник для СПО / Г.Г. Щепилов, К.В. Щепилов. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 381 с.

<https://biblio-online.ru/viewer/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E>

3. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО / С.В. Карпова. - 2 - е изд. пер. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017 - 431 с.

<https://biblio-online.ru/viewer/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7>

Дополнительная учебная литература

4. Михалева Е.П. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Е.П. Михалева. - 2 -е изд., перераб и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 191 с.

<https://biblio-online.ru/viewer/76DCFB8D-E01D-4A3B-8C8F-760B50BBD975>

5. Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 552 с.

<https://biblio-online.ru/viewer/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33>

Web-ресурсы:

1. Портал «Русский менеджмент» (конкретные примеры и иллюстрации из практики современных российских организаций, полезных для выполнения контрольной и курсовой работ) // <http://mc-ma.narod.ru/portal.htm>

2. "Проблемы теории и практики управления". Электронный журнал. Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту // <http://www.ptpu.ru>

3. Корпоративный менеджмент. Материалы и публикации по всем отраслям менеджмента теоретико-методологического и практического характера // <http://www.cfin.ru>

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

АНПОО УРАЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Контрольная работа
по дисциплине "Менеджмент и экономические основы рекламной
деятельности"
Вариант _____

Выполнил студент _____ курса
специальность _____

(Ф.И.О. студента)

Проверил: Шмидт А.Н.,
д-р полит. наук, профессор

Екатеринбург, 2018 г.