Ставропольский крайпотребсоюз

НОУ СПО «Ставропольский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»

**Курсовая работа**

по дисциплинам*:* «Управленческая психология и управление персонала»

Специальность 080501 менеджмент

на тему*:* «Лидерство, власть. Личность менеджера персонала в контексте современных требований»

студентки 3 курса, группы 25МЭ

Лавриковой Оксаны

Руководители:

Р. С. Юмагузин

М. В. Лейба

Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставрополь, 2010г.

**Содержание.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение………………………………………………………………………. | 3 |
| Глава 1 | Теоретические основы понятия авторитета в профессиональной деятельности…………………………………………………………………... |  4 |
| 1.1. | Авторитет менеджера, его сущность………………………………………. | 4 - 7 |
| 1.2. | Источники и формы власти………………………………………………….. | 8 - 11 |
| Глава 2 | Анализ роли личности в процессе управления……………………………... | 12 |
| 2.1. | Личное влияние, его понятия и виды………………………………………... | 12 - 18 |
| 2.2. | Практические примеры влияния харизматических специалистов в профессиональной деятельности…………………………………………….. |  |
|  | Заключение…………………………………………………………………… |  |
|  | Список литературы…………………………………………………………… |  |

**Введение.**

В различных сферах жизни люди совершают значительное количество властных поступков. Власть появилась с возникновением человеческого общества и будет в той или иной форме всегда сопутствовать его развитию. Лидерство и власть невозможно разделить, поскольку власть выражает реальное лидерство. Лидерство это гораздо больше, чем позиция, а скорее состояние ума и характера. Успех в управленческой деятельности зависит не только от силы власти, лидерства, сколько от силы личного авторитета менеджера. Авторитет – заслуженное доверие, которым пользуется руководитель у подчиненных, вышестоящего руководства и коллег по работе. Работа менеджера сводится к тому, что он заставляет других делать что-то и так, как он этого хочет. Поэтому первостепенное значение здесь имеет эффективное использование статуса лидера.

Тема курсовой работы актуальна, так как проблемы власти, лидерства и личности менеджера являются составляющими любой организации, и общественной жизни индивида.

Целью данной работы является определение эффективности власти, авторитета, лидерства на управление деятельностью организации. Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

* изучение авторитета менеджера;
* рассмотрение источников и форм власти;
* изучение личного влияния и его форм;
* раскрытие понятия лидерства;

В процессе написания курсовой работы удалось достичь реализации поставленных задач

**Глава 1. Теоретические основы понятия авторитета в профессиональной деятельности**

* 1. **Авторитет менеджера, его сущность**

Деятельность организации в большой мере зависит от способа действия тех людей, которые руководят этой организацией и в силу своего служебного положения играют или должны играть роль авторитета. Основа авторитета может быть разной: менеджера могут уважать, потому что он умен, решителен, умеет принимать выводы и т. д. Но главная черта менеджера, который пользуется авторитетом, заключается в его способности управлять действиями других.

Авторитет — это, в конечном счете, социальное значение, а с любой социальной ролью связаны некоторые ожидания окружающих. Так, от носителя авторитета ожидают, что благодаря большим знаниям и высокому интеллекту он будет в состоянии указать вторым, что и как они должны делать, причем правильность его советов будет подтверждена на практике. Не стоит забывать, что авторитет в значительной степени зависит от психологического состояния личности, которую считают авторитетной. Другими словами, неуверенный в себе человек вряд ли когда-нибудь сможет стать авторитетом для подчиненных. Однако и ничем не обоснованная самоуверенность не придаст человеку авторитета в глазах окружающих. Значительная часть людей, являющихся лидерами в коллективе, напрямую связывает свой авторитет с чувством собственной ценности. Поэтому часто случается, что увеличение авторитета воспринимается ими как личная победа, тогда как его потеря становится личной трагедией. Это во многом верно. Любимый руководитель должен обладать авторитетом, а если он им не обладает, он, скорее всего, является плохим руководителем. Однако стоит помнить, что даже авторитетный человек может промахиваться, а следовательно, падение авторитета в глазах подчиненных далеко не всегда стоит воспринимать как личную катастрофу.

Авторитет руководителя, связанный с выполнением его основных функций согласно занимаемой должности, должен подкрепляться личным примером и высокими моральными качествами. В этом смысле следует различать два источника (статуса) авторитета:

* официальный, определяемый занимаемой должностью (должностной статус);
* реальный авторитет – фактическое влияние, реальное доверие и уважение (субъективный статус).

Руководитель, пользующийся авторитетом, располагает к себе людей, положительно влияет на них. К решениям авторитетного и неавторитетного менеджера подчиненные относятся различно. В первом случае указание принимается без внутреннего сопротивления, с готовностью и выполняется, как правило, без дополнительного административного нажима.

Распоряжения неавторитетного руководства всегда вызывают сложные внутренние переживания, а недоверие к такому менеджеру оборачивается недоверием к его решениям.

Следует иметь в виду, что забота об авторитете руководителя – не только его личное дело, но и высшего руководства, и руководителя одного уровня, и особенно подчиненных, которые призваны его укреплять, оберегать и повышать. С него они должны брать пример добросовестного отношения к труду, организованности, честности, скромности. Авторитет следует рассматривать как фактор, облегчающий управление, повышающий его эффективность. Укрепляя авторитет, менеджеру необходимо следить за тем, чтобы он не подавлял и, не сковывал инициативу подчиненных.

Авторитет — это общественное признание личности, оценка коллективом соответствия субъективных качеств руководителя объективным требованиям деятельности. В жизни нередки случаи, когда менеджер, очень знающий и способный, не пользуется уважением коллектива, и поэтому не имеет успеха в работе. Вследствие отсутствия авторитета его намерения не поддерживаются, а воздействие на людей не имеет ожидаемого эффекта. К положительным чертам следует отнести страстную целеустремлённость, когда менеджер кровно заинтересован в деле, работает не за страх, а за совесть, влюблён в дело, в коллектив, в людей, когда он поглощён работой так, что не замечает личных невзгод и неудобств. Такой менеджер невольно заражает весь коллектив и ведет его к достижению поставленных целей. Не менее важно и такое свойство характера, как сила, выражающая волю личности. Важной чертой характера руководителя является его общительность. Наблюдения показывают, что замкнутый менеджер невольно создаёт вокруг себя атмосферу холодности и натянутости. Наоборот, общительный очень быстро сближается с членами коллектива, узнает, кто, чем живёт, как относится к различным проблемам жизни и деятельности коллектива. Формирование авторитета начинается с приходом менеджера в коллектив. Первые его встречи с людьми и распоряжения часто имеют решающее значение для формирования авторитета. Бывает так, что люди уже до встречи разочаровываются или, наоборот, ликуют. Это во многом зависит от авторитета предшественника. Если он был любим, то нового менеджера нередко встречают холодно и, наоборот, если люди довольны, что избавились от прежнего, с радостью ждут нового. Поскольку встреча зависит и от характера информации о новом менеджере, то следует хорошо подготовить коллектив к приёму, к первичному восприятию вновь назначаемого руководителя. Положительную роль в данном случае могут сыграть отзывы людей, которые лично знали назначаемого менеджера по предыдущей работе (если такие имеются в новом коллективе). Как правило, для знакомства с назначаемым менеджером собирается актив коллектива, которому представитель вышестоящей организации докладывает о новом менеджере, дает краткую служебную характеристику и просит товарищей поддержать действия назначенного, содействовать формированию его авторитета.

Обычно высокой оценки коллектива заслуживает тот менеджер, который вносит новые, реальные рекомендации улучшения работы. Члены коллектива прислушиваются к словам, но оценивают менеджера по его делам, по тому, как он обращается к людям, сидит ли в кабинете или бывает больше в цехах, бригадах; содействует ли формированию положительного психологического климата в коллективе; способствует ли лучшей организации труда.

Авторитет менеджера  определяется целым рядом как объективных, так и субъективных факторов. К числу объективных факторов относятся:

1. Положение менеджера, обладающего конкретными правами в отношении подчиненных;
2. Отношение к менеджерам, их положение руководителя.
К субъективным факторам, определяющим авторитет менеджера, относятся его личные качества:
3. Чувство духа времени,  инициатива, самостоятельность, смелость, деловитость, принципиальность, ответственность, требовательность, уважение к людям, самокритичность, выдержанность, личное обаяние;
4. Высокая техническая, экономическая и общеобразовательная подготовка, знание производственного процесса;
5. Коммуникабельность, организаторские способности;

Несмотря на важность объективных факторов, решающее значение для авторитета менеджера имеют субъективные факторы.

* 1. **Источники и формы власти**

Для того чтобы сделать свое лидерство и влияние эффективными, руководитель должен развивать и применять власть. У широкой общественности понятие власти вызывает отрицательные эмоции с того самого момента, как Лорд Эктан сказал: «Власть имеет тенденцию развращать, а абсолютная власть развращает абсолютно».

Большинство людей связывает власть с насилием, силой, агрессией. Такой взгляд на власть понять можно. В самом деле, в основе власти лежит грубая сила даже в высокоразвитых обществах, которые считают, что насилию место лишь в спорте или на телевидении. Но сила – вовсе необязательный компонент власти. В действительности, мы скоро узнаем, что кулак, даже в бархатной перчатке, в некоторых обстоятельствах может скорее уменьшить, а не увеличить власть.

Власть – это возможность влиять на поведение других.

Власть и влияние, инструменты лидерства являются фактически единственными средствами, которыми располагает руководитель для разрешения ситуаций. Если руководитель не обладает достаточной способностью, чтобы влиять на тех, от кого зависит эффективность его деятельности, он или она не сможет получить ресурсы, необходимые для определения и достижения целей через других людей. Т.о. власть, хотя часто и неправильно используемая, является необходимым условием успешной деятельности организации. Как утверждает социолог Р. Бирстед, “власть стоит за каждой организацией и подпирает ее структуру. Без власти нет организации и нет порядка”. Здоровый смысл подсказывает, что, для того, чтобы обладать властью, вы должны иметь возможность держать под своим контролем что-либо, имеющее значение для исполнителя. То, что создаст его зависимость от вас и заставит его или ее действовать так, как желаете вы. Это «что-то» есть у нас всех.

По определению Маслоу основные потребности следующие: физиологические потребности, потребность в защищенности. Социальные потребности, потребности в уважении и самовыражении.

Власть может принимать разнообразные формы. Френч и Рейвен, исследователи в области власти и лидерства, разработали удобную классификацию основ власти.

**Власть, основанная на принуждении.**

Многие люди испытывают острейшее беспокойство по поводу того, что они могут лишиться защищенности, любви или уважения. Поэтому даже в тех ситуациях, где насилие не присутствует, страх является распространенной причиной того, почему люди — сознательно или бессознательно — разрешают на себя влиять. Например, страх потерять работу свойствен, кажется, всем. В определенных обстоятельствах можно так легко и эффективно использовать страх, что некоторые руководители часто прибегают к нему: даже намек на увольнение, лишение каких-либо полномочии или понижение в должности обычно дает немедленные результаты. Когда подчиненные надежно защищены от такого рода угроз, грубых и прямых, руководитель может использовать более тонкие способы вселения страха. Когда основой власти является, главным образом, принуждение, почти невозможно поддерживать эффективный контроль при умеренных затратах, так как усиливается стремление людей сознательно обманывать организацию. Исследования показывают, что организации, где используется власть, основанная на принуждении, скорее всего, характеризуются менее высокой производительностью труда и более низким качеством продукции.

**Власть, основанная на вознаграждении**

В некотором смысле власть, основанная на вознаграждении, будет действенна всегда при условии, что руководитель сможет правильно определить то, что в глазах исполнителя является вознаграждением, и фактически предложить ему это вознаграждение. Трудность использования власти, основанной на вознаграждении, увеличивается еще и тем, что часто бывает не просто определить, что же сочтут вознаграждением. Деньги и более престижная должность не всегда способны произвести впечатление на человека и повлиять на его поведение.

**Традиционная власть.**

Традиция - привлекательный инструмент, как для организации, так и для руководителя. Она обладает огромным преимуществом - безличностью. Исполнитель реагирует не на человека, а на должность. Это обстоятельство повышает стабильность, так как организация не зависит от жизни или способностей какой-то одной личности. Другим свойством является быстрота и предсказуемость влияния с помощью традиции.

Отрицательной стороной власти, опирающейся на традиции, является то, что молодые работники персонала фирмы не всегда видят связь между традиционными ценностями и властью руководителя. Представьте, что молодому руководителю, предлагающему усовершенствовать какую-то операцию, говорят: «Мы всегда делали так и до сих пор, все было хорошо». Такое отношение может представлять гораздо большую проблему, чем это обычно, кажется. Те организации, которые настойчиво выдвигают традицию в качестве аргумента, почему они сопротивляются переменам, могут в конечном итоге оказаться перед проблемой вымирания.

**Экспертная власть.**

Экспертная власть осуществляется следующим образом: исполнитель представляет, что влияющий обладает особым экспертным знанием в отношении какого-либо рабочего проекта или проблем организации. Исполнитель принимает на веру ценность знаний руководителя. В этом случае влияние считается разумным потому, что решение исполнителя подчиниться является сознательным и логичным. Личность может использовать экспертную власть в организации, когда он или она имеют информацию или идеи, которые, по представлению других, помогут организации или подразделению достигнуть цели или принять более приемлемое решение. Другие часто считают, что экспертные знания нужны им для достижения своих личных целей.

**Эталонная власть (власть примера).**

В основе эталонной власти лежит харизма руководителя. Харизма - это власть, построенная не на логике, не на давней традиции, а на силе личных качеств или способностей лидера. Власть примера, или харизматическое влияние, определяется отождествлением исполнителя с лидером или влечением к нему, а также от потребности исполнителя в принадлежности и уважении.

**Глава 2. Анализ роли личности в процессе управления**

**2.1. Личное влияние, его понятие и виды.**

Влияние – это «любое поведение одного индивида, которое вносит изменения в поведение, отношения, ощущения другого индивида». Конкретные средства, с помощью которых одно лицо может влиять на другое, могут быть самыми разными: от просьбы, высказанной шепотом на ухо, до приставленного к горлу ножа. В условиях организации таким «ножом» могла бы быть угроза увольнения.

Один человек может также влиять на другого и с помощью одних лишь идей. Руководители должны оказывать влияние таким способом, который легко предсказать и который ведет не просто к принятию данной идеи, а к действию – фактическому труду, необходимому для достижения целей организации. Конкретные способы влияния весьма разнообразны и представлены на рисунке. Выделяют две большие группы управленческого влияния – эмоциональное и рассудочное. В группе эмоциональных средств влияния основное место занимает «заражение» и подражание.

|  |
| --- |
| Способы влияния на подчиненных |
| Эмоциональное влияние | Рассудочное влияние |
| Заражение | Подражание | Внушение | Убеждение | Просьбы | Угрозы | Подкупы | Приказ |

Рис. Способы управленческого влияния на подчиненных.

«Заражение» - это, пожалуй, самый древний способ влияния на людей. Он характеризуется практически автоматикой, неосознанной передачей эмоционального состояния одного человека другому. Используя механизм заражения, менеджер может значительно повысить сплоченность коллектива, мобилизовать его на выполнение целей организации.

Подражание – это усвоение действий, поступков, манеры поведения и даже способа мышления других лиц. Если «заражение» характеризуется передачей эмоционального состояния, то осознанное подражание представляет собой способ заимствования того лучшего, что есть у других. Подражанию легко поддаются впечатлительные и слабовольные люди, а также лица с недостаточно развитым самосостоятельным мышлением. Зная это, важно выяснить, что служит для них «эталоном» для подражания и в соответствии с этим осуществлять управленческие действия.

В группу способов рассудочного влияния входят: внушение, убеждение, просьба, угроза, подкуп, приказ.

Внушение – это воздействие, основанное на некритическом восприятии того, что внушение как способ влияния на подчиненных является бездоказательным и неаргументированным. Поэтому эффект воздействия достигается за счет личных качеств менеджера: его признание, авторитет, престиж и т.п. Чем они выше, тем эффективнее внушение. Многие менеджеры успешно влияют на людей с помощью внушения. Особенно большой эффект внушения достигается, если подчиненный возбужден и срочно ищет выход из создавшегося положения. В этот момент он готов следовать любому совету руководителя. В данном случае внушение проявляется как убеждение.

Убеждение – эффективная передача своей точки зрения. Руководитель, который влияет путем убеждения, не говорит исполнителю, что надо делать, - он «продает» подчиненному то, что нужно сделать. Убеждение, осуществляемое в словесной форме, опирается на рассуждение и  логику, а воздействие на чувства и эмоции играет вспомогательную роль. Процесс убеждения представляет собой явную или скрытную дискуссию, цель которой состоит в достижении единства мнений или компромисса. В процессе убеждения рекомендуется использовать такие «усиливающие» аргументы, как:

·   аргумент к традиции;

·   аргумент к большинству;

·   аргумент к авторитетной личности;

·   аргумент к личности того, кто убеждает;

·   аргумент к мировому опыту;

Самая слабая сторона убеждения – это медленное воздействие и неопределенность.

Просьба – способ влияния на подчиненного, основанный на добровольных, побуждающих, непринудительных мотивах. Прибегая к просьбе, менеджер пытается вызвать к лучшей из сторон натуры другого человека. Положительный результат достигается в случае, если между руководителем и подчиненным существуют хорошие отношения.

Угроза – запугивание, обещание причинить подчиненному зло. Они основаны на том допущении, что страх иногда является достаточным мотивом, чтобы побудить человека выполнять поручения, с которыми он внутренне согласен. Как правило, угрозы срабатывают на короткое время (пока подчиненный находится в «зоне страха», т.е. боится руководителя).

Подкуп – склонение на свою сторону, расположение в свою пользу подчиненного любыми средствами. Т.е. руководитель может предоставить своему подчиненному какие - либо преимущества, если он определенным образом изменит свое поведение. В некоторых случаях подкуп – это честный подход, предоставляющий подчиненному дополнительные вознаграждения за дополнительные усилия, например: «Поработай сегодня сверх нормы и завтра можно будет уйти с работы пораньше».

Приказ – официальное распоряжение властных органов. Исключается альтернатива, поскольку приказ не обсуждают, а выполняют. И если приказ не выполнен, за этим, как правило, следуют негативные последствия.

Каждому менеджеру необходимо знать, что, используя любые способы влияния на подчиненных, следует руководствоваться своего рода Кодексом делового поведения и нормами служебной этики. В любом случае влияние не должно вызывать у подчиненного чувства раздражения, ненависти, досады и стресса. Существуют следующие формы влияния на подчиненных:

 **Влияние через страх.**

Влияние через страх может быть направлено не только на подчинённых, но и на руководителя. Но грубые угрозы обычно не действуют на опытных руководителей. Страх, нагоняемый на руководителя, направлен не на его материальные интересы, а на его самолюбие. Поскольку авторитет руководителей держится на уважении к их личности, они, как правило, болезненно реагируют на всякие унижения. Страх может быть использован и фактически используется в современных организациях, но не часто, т.к. он со временем может стать весьма дорогостоящим способом влияния.

 **Влияние через положительное подкрепление.**

Обещание вознаграждения — один из самых старых и часто самых эффективных способов влияния на других людей. Исполнитель не сопротивляется этому влиянию, потому что он или она в обмен на выполнение того, что хочет руководитель, ждет получения вознаграждения в той или иной форме.

Поскольку все — личности, и их потребности имеют уникальный характер, то, что одному представляется ценным вознаграждением, может не показаться таковым другому или тому же первому, но в иной ситуации. Чтобы влиять на поведение, вознаграждение должно восприниматься как достаточно ценное.

**Влияние через традиции.**

Традиции оказываются самым распространённым элементом влияния. Руководитель пользуется традицией, чтобы удовлетворить потребность исполнителя в защищенности и принадлежности. Традиция особенно важна для формальных организаций. Возможность поощрять и наказывать укрепляет полномочия руководителя отдавать приказы. Интересное, тонкое воздействие традиции на некоторых людей заключается в том, что она может исключить или значительно упростить принятие решений. В системе, где традиции очень сильны, вопросы «что такое хорошо и что такое плохо» определены предельно точно. Исполнитель может переложить ответственность за неприятные действия и решения со своих плеч на плечи руководителя этой системы. Вместо того чтобы защищать свою позицию в вопросе, почему что-то нужно сделать именно так, а не иначе, человек может отделаться таким ответом, как – «по традиции».

**Влияние через разумную веру.**

Убедительным примером влияния через разумную веру являются отношения, которые складываются у большинства людей со своим лечащим врачом. Доктора время от времени используют такой инструмент, как страх, но они не могут принудить пациента принять лечение. Мы следуем указаниям нашего врача потому, что верим, что врачи обладают знаниями и способностью излечивать и предотвращать болезни. Следовательно, мы принимаем его или ее влияние, т.к. верим в компетенцию медика.

Разумная вера гораздо менее устойчива, нежели слепая вера, посредством которой влияют на других харизматические личности. Она и действует медленнее. Если специалист окажется не прав, тогда руководитель больше не будет разумно следовать его совету — следовательно, его или ее влияние уменьшится. Кроме того, если харизматический лидер сможет заронить веру в одном - единственном выступлении, то формирование разумной веры потребует длительного времени. Специалисты, например, иногда годами пытаются завоевать авторитет у линейных руководителей, чтобы их мнение принималось теми безоговорочно.

**Харизма.**

Люди чаще испытывают влияние тех, кто обладает восхищающими их чертами характера и кто является их идеалом, похожими на которого они хотели бы быть. Руководитель, слывущий харизматической личностью, также может иметь и использовать власть примера. Руководители часто служат примером поведения для подчиненных. Это может быть подражание стилю поведения и манерам руководителя. Джон П. Коттер отмечает: «Как правило, чем больше руководитель является для кого-то идеалом, тем больше он или она проявляют уважение к этому руководителю».

**2.2. Практические примеры влияния харизматических специалистов в профессиональной деятельности**

В 1973 году в Гарвардской школе бизнеса (США) появился профессор Майкл Е. Портер. Ему было двадцать шесть лет. Немало по сегодняшним меркам, но для такого ведущего учебного заведения мира, как Гарвардская школа бизнеса, это был беспрецедентный случай. Портер стал самым молодым профессором за всю её историю. В 2000 году по результатам независимого журналистского исследования среди наиболее выдающихся мыслителей в области теории организации бизнеса и управления Майкл Портер оказался на третьем месте после Питера Друкера и Чарлза Хенди.

Как один из самых влиятельных специалистов по проблемам стратегии Майкл Портер во многом определил основное направление развития теорий стратегии и конкуренции (прежде всего в глобальном контексте). Его книги о конкурентных стратегиях и конкурентных преимуществах читаются и обсуждаются во всем мире; вы вряд ли встретите, обладателей степени магистра делового администрирования, которые не знали бы назубок две его самые известные модели — “пяти сил” и ценностной цепочки. Опираясь на эти базовые модели, М. Портер выполнил простой, однако чрезвычайно полезный анализ детерминант конкуренции и воздействующих на нее глобальных сил, а также способов и средств обеспечения долгосрочной конкурентоспособности предприятия. Анализ профессора Портера позволил компаниям более ясно понять экономические механизмы, которые являются двигателем делового успеха. Ценный вклад этого ученого в теорию менеджмента заключается в определении пяти фундаментальных составляющих сил, которые лежат в основе конкуренции:

* **Существующие корпоративные конкуренты;**
* **Появление (возможность появления) новых конкурентов;**
* **Угроза со стороны альтернативных товаров и услуг;**
* **Способность поставщиков отстаивать свои интересы;**
* **Способность потребителей отстаивать свои интересы.**

Эти пять сил, говорил он, будучи объединенными, и определяют доходность компании. Портер выделил те компоненты бизнеса, которые могут быть по отдельности модифицированы для того, чтобы удовлетворять или создавать рыночный спрос.

Майкл Портер владеет консалтинговой компанией «Монитор» (Monitor), основой бизнеса которой являются его личный бренд, его имя и научная репутация. Эксперты считают, что «Монитор» входит в число 50 ведущих консалтинговых компаний мира. Его заслуженно считают самым высокооплачиваемым консультантом в Америке.

М. Портер внёс огромный вклад в развитие экономики, за что многие говорят ему большое спасибо. Работы М. Портера предоставили фирмам эффективные методы анализа конкуренции и разработки стратегии, как на внутренних, так и на международных рынках.

Питер Ф. Друкер оказал революционное влияние на развитие бизнеса в двадцатом веке. Именно он превратил менеджмент – непопулярную и неуважаемую в 50-е годы специальность – в научную дисциплину.Питера Друкера лучше всего можно представить как ученого, всячески подчеркивающего важность гуманистического подхода к проблеме менеджмента. Он считает, что в современном обществе бизнес предприятиям принадлежит решающая роль и отводит центральную роль в обеспечении динамики развития и выполнении функций управления менеджерам компаний. Руководитель управляет организацией для того, чтобы добиться экономической эффективности и, следовательно, стремится к увеличению общественных благ. Дальновидный мыслитель, П. Друкер является также превосходным писателем и оратором, во многом обязанным своему успеху у публики отличному литературному стилю своих сочинений и способности воздействовать на воображение аудитории. Его нередко критиковали за распространение чересчур обобщенного взгляда на проблемы управления и, в особенности, концепции “способного к перемещениям менеджера”, но его общий подход к проблеме менеджмента завоевал всеобщее признание.

Главным вкладом Питера Друкера в современную теорию менеджмента является то, что он смог собрать и систематизировать знания многих ученых о проблемах управления, выделив его тем самым в отдельную науку.

**Заключение**

Тема курсовой работы очень актуальна в современном менеджменте, так как от эффективности власти, личного влияния напрямую зависит работа персонала, атмосфера в коллективе работников и успешность организации в целом. Об успехах менеджеров судят не потому, что они делают, а по тому, как они побуждают к работе других. Побуждать или мотивировать людей можно только воздействуя на них определенным образом или влияя на них.

В управленческой литературе способность оказывать влияние на поведение людей называется властью. Власть может относиться к индивиду, группе и организации в целом.

Власть пронизывает всю жизнь организации, поддерживает ее структуру. Без власти нет организации. Власть часто используют как синоним термина «авторитет». Но это не совсем верно. Авторитет – это власть, возникшая на формальной основе, как данная кому-то и принимаемая подчиненными как-то, с чем они согласны и считают правильным. В первом случае власть дается сверху, а в другом она должна быть получена снизу. Авторитет, как понятие, не исчерпывает всех вариантов появления власти. Власть как процесс базируется на двух началах: личном и организационном. Умелое использование имеющихся у руководителя источников власти лежит в основе другого организационного процесса – лидерства.

Важным аспектом в управлении организацией является личность. Ведь проблема личности - проблема необъятная, значимая и сложная, охватывающая огромное поле исследований. Понятие личности относится к числу сложнейших в человекосознании. До сих пор ещё не сложилось достаточно обоснованного и общепринятого определения многозначность содержания этого понятия обусловлена многоаспективностью проявлений личности, многообразием её становления и развития.

**Список литературы.**

1. Алексеев А, Пигалов В, «Деловое администрирование на практике», М.,2006.
2. Лавриенко В. И. «Психология и этика делового общения»
3. Виханский О.С., Наумов А.И., «Менеджмент», М., МГУ, 2005.
4. Веснин В., «Основы менеджмента», М., 1999.
5. Кабушкин Н.И., «Основы менеджмента», Мн: БГЭУ, 2001.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. «Основы менеджмента», М., 2003.
7. Если Вы - руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе - М:, «Дело», 2000. - 356с.
8. Ильенков Э.В. Что такое личность?-М.,2001.
9. Кузьмин И. А. Психотехнология и эффективный менеджмент . - М.: Россмен, 2002. - 505 с.
10. <http://www.5ballov.ru/referats/search/25/>