Контрольная работа по

дисциплине “Основы менеджмента”

ТЕМА: “Функции менеджмента”

ПЛАН:

I. Введение.

1. Многозначность менеджмента.

2. Концепция административного подхода к управлению.

II.

1. Функции менеджмента.

2. Менеджмент предприятия или фирмы.

III.

Заключение.

Список литературы.

1. Многозначность менеджмента.

Менеджмент – это самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение входе любой хозяйственной деятельности фирмы, действующей в рыночных условиях, определенных намеченных целей, путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента.

Менеджмент это управление в условиях рынка, рыночной экономики, что означает:

* ориентацию фирмы на спрос и потребности рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести фирме намеченную прибыль.
* Постоянное стремление к повышению эффективности производства, с меньшими затратами, получение оптимальных результатов.
* Хозяйственная самостоятельность, обеспечивающая свободу принятия решений тем, что несет конечные результаты деятельности фирмы или её подразделений.
* Постоянную корректировку целей и программ в зависимости от состояния рынка.
* Конечный результат деятельности фирмы или хозяйственно самостоятельных подразделений выявляется на рынке в процессе обмена.
* Необходимость исполнения современной информационной базы с компьютерной техникой для многовариантных расчетов при принятии оптимальных и обоснованных решений.

Термин «менеджмент» по своей сути является аналогом термина «управления», это его синоним, однако, не в полной мере. Термин управления намного шире, поскольку применяется к разным сферам человеческой деятельности (например, управление автомобилем); к разным сферам деятельности (управление в неживой природе, в биологических системах, управление государством); к органам управления (подразделения в государственных и общественных организациях, а также на предприятиях и объединениях).

Термин менеджмент применяется лишь к управлению социально–экономическими процессами на уровне фирмы, действующей в рыночных условиях, хотя в последнее время его стали применять в США и в отношении не предпринимательских организаций.

Конечной целью менеджмента является обеспечение прибыльности или доходности, в деятельности фирмы путем рациональной организацией производственного процесса, включая управление производством и развитием техника–технологической базой, а также эффективное использование кадрового потенциала при одновременном повышении квалификации, творческой активности и лояльности каждого работника.

Менеджмент призван создавать условия для успешного функционирования фирмы, исходя из того, что прибыль является не причиной существования фирмой, а результатом его деятельности, который в конечном результате определяет рынок. Прибыль создает определенные гарантии дальнейшему функционированию фирмы, поскольку только прибыль и её накопления на предприятии в виде различных резервных фондов позволяет ограничить и преодолеть риски, связанные с реализацией товаров на рынке. Ситуация на рынке, как известно, постоянно меняется, происходят изменения на рынке конкурентов, в условиях и формах финансирования, состояния хозяйственной конъюнктуры в отрасли или в стране в целом, в условиях торговли на мировых товарных рынках. Отсюда постоянное наличие рынка. Целью менеджмента в этих условиях является постоянное преодоление риска или рисковых ситуаций не только в настоящем, но и в будущем, для чего требуется наличие определенных денежных средств и предоставление менеджерам определенной степени свободы и самостоятельности в хозяйственной деятельности в целях быстрого реагирования и адаптации к применяющимся условиям. В связи с этим в задачи менеджмента входит:

обеспечение автоматизации производства и переход к использованию работников, обладающих высокой квалификацией;

стимулирование работы сотрудников фирмы путем создания на них лучших условий труда и установления более высокой заработной платы;

постоянный контроль за эффективностью деятельности фирмы, координация работы всех подразделений фирмы;

постоянный поиск и освоение новых рынков.

К задачам, решаемым в менеджменте, относятся также:

определение конкретных целей развития фирмы;

выявление приоритетности целей, их очередности и последовательности решений;

разработка стратегии развития фирмы – хозяйственных задач и путей их решения;

выработка системы мероприятий для решения намеченных проблем на различные временные периоды;

определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;

установление контроля за выполнением поставленных задач.

Выполнение задач менеджмента по регулированию организации, координации и контролю за производительным процессом и достижение намеченных целей получают оценку на рынке.

Задачи управления непрерывно усложняются по мере роста масштабов производства, требующего обеспечение все возрастающим объемом ресурсов – материальных, финансовых, трудовых и другие.

1. Концепция административного подхода к управлению.

Функциональные организационные структуры обладают следующими положительными чертами. Они позволяют высшему руководству сосредоточится на стратегических вопросах. Они создают условия для достижения высокой эффективности за счет специализации. Недостатком является то, что они приводят к межфункциональным конфликтам, затрудняют межфункциональную координацию, ограничивают возможности выращивания в организационных менеджеров способных решать вопросы стратегического характера. У линейно-функциональных структур довольно много достоинств. Они способствуют увеличению гибкости и адаптивности организации к условиям внешней среды. Эти структуры полностью освобождают высшее руководство от решения текущих вопросов и дают ему возможность заниматься только стратегическими вопросами. К недостаткам относятся возможность возникновения стратегической несовместимости отдельных самостоятельных подразделений организации, а также трудности распределения общеорганизационных ресурсов и издержек между автономными отделениями организации.

Административный менеджмент - это составная часть общего менеджмента. Его задачей является выяснить, как возникали и развивались структуры управления, получить обобщающие модели соврем структур управления, исследовать их, попробовать скорректировать некоторые структуры. Организационные структуры управления действуют не в вакууме, подчиняясь воле менеджера, здесь воздействуют собственники: государство, предприятие, профсоюзы, банки, влияют идеология, традиции и др. Законы административного менеджмента: закон специализации управления, закон интеграции управления, закон экономии времени - он проявляет себя как закон управления временем. Эффективность управления зависит от скорости реакции менеджера на изменение рынка, от скорости мобилизации рынка. Методы менеджмента: сравнение, наблюдение, эксперимент.

Теоретические методы - дедукция, индукция (от частного к общему). Метод абстракции (отвлечение от второстепенного). Связь с другими науками: правовые науки, философия, математика, социология, психология, управление персоналом.

Наибольшая заслуга в представлении о государственном управлении принадлежит Смиту. Он сделал анализ различных форм разделений труда, дал характеристику государства. Идеи Оуэна гуманизации управления производством, а так же признание необходимости обучения, улучшения условий труда и быта рабочих волнуют и сейчас. Первых менеджеров волновал вопрос эффективности производства. В этих целях разрабатывали дизайн рабочих мест, изучались затраты времени на различные операции Большинство исследователей полагали, что менеджмент это искусство. Они считали, что если установить черты характера, свойственные менеджеру, то можно найти людей, кот обладают такими качествами. Но результаты исследований показали, что определить параметры по чертам характера невозможно. То, что мы сегодня называем менеджментом, зародилось во времена промышленной революции 19 века. Первый поворот в теории и практике управления связан с созданием и использованием вычислительной техники. Основоположником менеджмента является Тейлор, который возглавил движение научного управления. Благодаря разработке концепции научного управления менеджмент был признан самостоятельной областью научных исследований. Тейлор в работах "Управление фабрикой" и "Принципы научного менеджмента" начал революцию в области менеджмента. В 1916г сформировалось целое направление в исследовании: научная школа, классическая, традиционная. Разновидностью классической школы управления является административная школа. Одним из пионеров ее был Файоль. Он разделил весь процесс управления на 5 функций, которые действуют до сих пор. Это планирование, организация, подбор и расстановка кадров, мотивация и контроль. Американцы его называют отцом менеджмента. Блюмфильд разработал концепцию персонала, а Вебер - концепцию рациональной бюрократии, которая заключается в том, что бюрократия (порядок), устанавливаемый правилами, является самой эффективной формой человеческой организации. В 30-х г появилась школа человеческих отношений, где особое внимание уделялось человеку. Её родоначальник - Мэйо. С1960г появились школы управленческие, которые рассматривали управление как логический процесс. Сочетание человека и ЭВМ потребовали пересмотр структур элементов. Появилось моделирование, методы анализа, материальное обеспечение.

Предприятие это основная первичная характерная единица в экономической системе, которая, изготавливая и реализуя изделия, обеспечивает достижение своих целей. Главная цель-получение мах прибыли в долгосрочной перспективе. Для осуществления главной цели предприятие решает ряд задач. Центральная задача - полное и своевременное удовлетворение потребностей потребителя, являющаяся высшим смыслом и нормой деятельности каждого трудового коллектива. Оно должно обеспечивать конкурентоспособность своей продукции на основе ее высокого качества, гибкого обновления в зависимости от постоянно меняющегося спроса. Предприятие обеспечивает развитие и повышение эффективности производства, производит и осваивает новую технику, совершенствует выпускаемые изделия. Организует работу рационализаторов и изобретателей, обеспечивает социальное развитие коллектива, создает благоприятные условия для работников и охрану окружающей среды. Для него характерно производственно-техническое и организационно-экономическое единство, а так же хозяйственная самостоятельность.

Все фирмы и компании в менеджменте являются организациями. Организация составляет основу мира менеджеров, является причиной существования менеджмента. Создание отделов (подразделений) путем группирования аналогичных производственных функций и служащих позволяет добиться более эффективного управления, необходимой гибкости руководства компанией в период расширения ее хозяйственной деятельности.

Методы распределения обязанностей по отделам зависят от положенных в основу признаков.

Во-первых, по принципу деления на равные по размеру группы. Этот метод применяется, когда профессиональные работники одинаковы, а для достижения какой-либо цели необходимо определенное число людей.

Во-вторых, по функциональному признаку. Это наиболее распространенный способ создания отделов по производству, маркетингу, кадрам, финансовым вопросам и т. д. Их число зависит от потребностей самой организации.

В-третьих, по территориальному признаку. Этот способ наиболее распространен в случаях, когда предприятие осуществляет свою деятельность на территории разных районов. Все виды операций компании на данной территории могут быть поручены региональному управляющему по сбыту.

В-четвертых, на основе выпускаемой продукции. Этот способ в настоящее время получает все большее распространение на крупных предприятиях, расширяющих ассортимент производимой продукции, где другой метод привел бы лишь к усложнению структуры организации.

В-пятых, на основе интересов потребителя. В тех отраслях, где покупатель является ключевым фактором, его интересы оказывают решающее влияние на структуру организации. Это особенно характерно для службы сервиса.

В крупных по масштабам деятельности компаниях используются все или некоторые из вышеприведенных способов.

II.

1. Функции менеджмента.

Процесс управления (менеджмент) имеет четыре взаимосвязанные функции: планирование, организация, мотивация и контроль.

Функция планирования предполагает решение о том, какими должны быть цели организации и что должны делать члены организации, чтобы достичь этих целей.

Некоторые организации, как и индивиды, могут достичь определенного уровня успеха, не затрачивая большого труда на формальное планирование. Более того, стратегическое планирование само по себе не гарантирует успеха. Организация, создающая стратегические планы, может потерпеть неудачу из-за ошибок в организации, мотивации и контроле.

Тем не менее, формальное планирование может создать ряд важных и часто существенных благоприятных факторов для организации. Современный темп изменения и увеличения знаний является настолько большим, что стратегическое планирование представляется единственным способом формального прогнозирования будущих проблем и возможностей. Стратегическое планирование дает основу для принятия решения. Формальное планирование способствует снижению риска при принятии решения. Планирование, поскольку оно служит для формулирования установленных целей, помогает создать единство общей цели внутри организации.

Планирование.

Для стратегического планирования характерны следующие положения.

1. Небольшой плановый отдел (менее 6 человек) корпорации дополняется планированием на низших уровнях.

2. Возраст функции планирования даже в наиболее крупных корпорациях насчитывается менее десяти лет.

3. Стратегические планы разрабатываются на совещаниях высшего руководства корпорации, проводимых ежегодно.

4. Годовой стратегический план обьединяется с годовым финансовым планом.

5. В большинстве организаций считают, что функция планирования может быть усовершенствована.

Организация.

Организовать - значит создать некую структуру. Организация - это процесс создания структуры предприятия, которая дает возможность людям эффективно работать вместе для достижения его целей. Организация как процесс представляет собой функцию по координации многих задач: существует два основных аспекта организационного процесса:

1. Деление организации на подразделения соответственно целям и стратегиям.

1. Делегирование полномочий.

Построение организации.

1. Следует выбирать такую организационную структуру, которая соответствует стратегическим планам и обеспечивает ей эффективное взаимодействие с окружающей средой и достижение намеченных целей.

2. Структура организации не может оставаться неизменной, потому что меняется как внешнее, так и внутреннее ее окружение.

3. Большинство организаций сегодня используют бюрократические структуры управления. Традиционной структурой бюрократии является функциональная организация, при которой последняя разбивается на подразделения, выполняющие специализированные функции.

4. Поскольку чисто функциональные структуры оказались не слишком эффективными, крупные организации перешли к использованию дивизиональных структур. Основными типами такой структуры являются дивизиональные структуры, ориентированные или на различные виды продукции, или на различные группы потребителей, или на различные регионы. Выбор в пользу той или иной структуры определяется важностью этого элемента в стратегических планах организации.

5. Структуры, предусматривающие международные отделения, чаще всего используются в ситуациях, когда объем зарубежных продаж фирмы относительно невелик по сравнению с продажами внутри страны. Когда объем зарубежных продаж существенно возрастает, наиболее подходящей становится глобальная организационная структура.

6. Преимущества бюрократических структур управления состоят в четком разделении труда, иерархической соподчиненности сотрудников и органов управления, профессиональном росте, базирующемся на компетентности, и в упорядоченной системе правил и стандартов, определяющих функционирование организации. Потенциальные и негативные воздействия, оказываемые бюрократическими структурами на функционирование организации, состоят в жесткой заданности поведения, трудностях связи внутри организации и неспособности к быстрым нововведениям. Масштабы этих проблем быстро возрастают, если организация сталкивается с быстрыми изменениями окружающей среды или высокотехнологичной продукцией.

7. Некоторые проблемы бюрократических структур могут быть решены при введении органических или адаптивных структур. Основные типы адаптивных структур - это проектная организация, матричная организация и конгломераты.

8. В проектной и матричной организации происходит наложение специально созданных, временных целевых структур на постоянную структуру организации. Происходящее при этом наложение полномочий иной раз приводит к борьбе за власть, конформизму при выработке групповых решений и чрезмерным затратам.

9. Конгломераты состоят из основной фирмы и дочерних компаний, рассматриваемых в качестве отдельных экономических центров. Основная, матричная фирма покупает и продает дочерние фирмы в соответствии со своей стратегией роста.

10. Многие крупные организации используют сложную составную структуру, состоящую из структур различных типов.

11. В рамках любой структуры можно сделать упор на децентрализацию полномочий с тем, чтобы дать нижестоящим руководителям право самим принимать важные решения. Потенциальные преимущества такой схемы заключаются в улучшении взаимодействия и обмена информацией между руководством разных уровней (т. е. по вертикали), повышении эффективности процесса принятия решений, усилении мотивации деятельности руководителей, улучшении подготовки руководителей разных уровней. Децентрализованные структуры обычно целесообразно применять тогда, когда окружение организации характеризуется динамичными рынками, конкуренцией при наличии диверсифицированной продукции, а также быстро меняющейся технологией. Целесообразность введения таких структур также растет по мере увеличения размеров организации и ее сложности.

12. Если изменения в окружающей среде происходят сравнительно медленно, а организация относительно невелика, то для нее может оказаться предпочтительной централизованная структура управления. Преимущества централизованной структуры состоят в экономически эффективном использовании персонала, высокой степени координации и контроля за специализированными видами деятельности и в уменьшении вероятности того, что подразделения начнут расти в ущерб организации в целом.

1З. Для того, чтобы использовать преимущества специализации, нужна эффективная интеграция организации. Для интеграции организаций, действующих в устойчивой окружающей среде и использующих технологии массового производства, подходят методы, связанные с разработкой и установлением правил и процедур, иерархическими структурами управления. Организации, действующие в более изменчивой окружающей среде и использующие разнообразные технологические процессы и технологии выпуска отдельных изделий, зачастую считают более правильным проводить интеграцию путем установления индивидуальных взаимосвязей, организации работы различных комитетов и проведения межотдельных совещаний.

Мотивация.

При планировании и организации работы руководитель определяет, что конкретно должна выполнить данная организация, когда, как и кто, по его мнению, должен это сделать. Если выбор этих решений сделан эффективно, руководитель получает возможность воплотить свои решения в дела, применяя на практике основные принципы мотивации.

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации.

Систематическое изучение мотивации с психологической точки зрения не позволяет определить точно, что же побуждает человека к труду. Однако исследование поведения человека в труде дает некоторые общие объяснения мотивации и позволяет создать прагматические модели мотивации сотрудника на рабочем месте.

Контроль.

Контроль - это процесс, обеспечивающий достижение целей организации. Он необходим для обнаружения и разрешения возникающих проблем раньше, чем они станут слишком серьезными, и может также использоваться для стимулирования успешной деятельности.

Процесс контроля состоит из установки стандартов, изменения фактически достигнутых результатов и проведения корректировок в том случае, если достигнутые результаты существенно отличаются от установленных стандартов.

Контроль - это критически важная и сложная функция управления. Одна из важнейших особенностей контроля, которую следует учитывать в первую очередь, состоит в том, что контроль должен быть всеобъемлющим. Каждый руководитель, независимо от своего ранга, должен осуществлять контроль как неотъемлемую часть своих должностных обязанностей, даже если никто ему специально этого не поручал.

Контроль есть фундаментальный элемент процесса управления. Ни планирование, ни создание организационных структур, ни мотивацию нельзя рассматривать полностью в отрыве от контроля. Действительно, фактически все они являются неотъемлемыми частями общей системы контроля в данной организации. Это обстоятельство станет более понятным после того, как мы познакомимся с тремя основными видами контроля: предварительным, текущим и заключительным. По форме осуществления все эти виды контроля схожи, так как имеют одну и ту же цель: способствовать тому, чтобы фактически получаемые результаты были как можно ближе к требуемым. Различаются они только временем осуществления.

Предварительный контроль обычно реализуется в форме определенной политики, процедур и правил. Прежде всего он применяется по отношению к трудовым, материальным и финансовым ресурсам. Текущий контроль осуществляется, когда работа уже идет и обычно производится в виде контроля работы подчиненного его непосредственным начальником. Заключительный контроль осуществляется после того, как работа закончена или истекло отведенное для нее время.

Текущий и заключительный контроль основывается на обратных связях. Управляющие системы в организациях имеют разомкнутую обратную связь, так как руководящий работник, являющийся по отношению к системе внешним элементом, может вмешиваться в ее работу, изменяя и цели системы, и характер ее работы.

2.Менеджмент предприятия или фирмы.

Предпринимателя, прежде всего, интересует, какую материальную выгоду он извлечет из своей деятельности. Получить прибыль и накопить капитал, достаточный для продолжения своего дела в более широких масштабах, можно только в том случае, если производимая продукция (работы, услуги) пользуется спросом у потребителей. Значит, предпринимателю, менеджеру, прежде всего, следует продумать, каким направлением бизнеса он должен заниматься, т.е. определить предпринимательскую идею.

Предпринимательская идея *—* основа любого делового начинания. Чтобы она постоянно формировалась у человека, нужно обладать предпринимательскими способностями, иметь необходимые знания о производстве той или иной продукции, о торговле, посреднической и инновационной деятельности в сфере финансов.

Чтобы реализация предпринимательской идеи принесла положительные результаты, необходимо разрабатывать стратегию хозяйственной деятельности, определяющую главные цели, генеральную программу действий с выделением приоритетных проблем и важнейших ресурсов для достижения этих целей.

Одной из главных задач менеджмента является установление целей, ради достижения которых формируется, функционирует и развивается организация как целостная система. Целеполагание - это исходный момент в деятельности менеджера, приобретающий все большее значение в условиях развивающейся рыночной экономики.

Целевая функция начинается с установления общей цели предприятия, выражающей причину его существования. В литературе она нередко обозначается такими понятиями как "политика", "философия", "миссия".[[1]](#footnote-1) В ней обычно детализируется статус предприятия, декларируются принципы его работы, заявления и действительные намерения руководства, дается определение самых важных характеристик организации.

Миссия не должна зависеть от текущего состояния организации, форм и методов ее работы, так как в целом она выражает устремленность в будущее, показывая на что, будут направляться усилия и какие ценности будут при этом приоритетными.

Общая цель организации образует фундамент для разработки стратегии развития и установления ключевых целей по таким функциональным важнейшим подсистемам организации, как маркетинг, производство, НИР, персонал, финансы, менеджмент.

Стратегия фирмы **-** это рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение конкретных намеченных компанией целей. Сущность выработки и реализации стратегии состоит в том, чтобы выбрать нужное направление развития из многочисленных альтернатив и направить производственно-хозяйственную деятельность по избранному пути.

Стратегическое управление предполагает, что фирма определяет свои ключевые позиции на перспективу в зависимости от приоритетности целей**.** Отсюда различные виды стратегий, на которые фирма может ориентироваться. Их можно классифицировать следующим образом.

• Продуктово - рыночная стратегиянаправлена на определение: видов конкретной продукции и технологий, которые фирма будет разрабатывать; сфер и методов сбыта; способов повышения уровня конкурентоспособности продукции.

• Стратегия маркетингапредполагает гибкое приспособление деятельности фирмы к рыночным условиям с учетом позиции товара на рынке, уровня затрат на исследование рынка, комплекса мероприятий по форсированию сбыта; распределение средств, ассигнованных на маркетинговую деятельность, между выбранными рынками.

• Конкурентная стратегиянаправлена на снижение издержек производства, индивидуализацию и повышение качества продукции, определение путем сегментации новых секторов деятельности на конкретных рынках.

• Стратегия управления набором отраслейпредполагает, что высшее руководство фирмы постоянно держит под контролем виды деятельности и номенклатуру продукции по фирме в целом в целях диверсификации видов деятельности и выпускаемой продукции за счет новых отраслей и прекращения тех из них, которые не согласуются с целями фирмы и ее ориентирами.

• Стратегия нововведений(инновационная политика) предполагает объединение целей технической политики и политики капиталовложений и направлена на внедрение новых технологий и видов продукции. Она предусматривает выбор определенных объектов исследований, с помощью которых фирмы стремятся содействовать в первую очередь систематическим поискам новых технологических возможностей.

• Стратегия капиталовложенийпредполагает определение относительного уровня капиталовложений на основе расчета масштабов выпуска отдельных видов продукции и деятельности фирмы в целом; определение конкурентных позиций фирмы по отношению к соперникам; выяснение возможностей фирмы на основе результатов планирования и выполнения планов путем организации оперативно-хозяйственной деятельности.

• Стратегия развитиянаправлена на реализацию целей обеспечения устойчивых темпов развития и функционирования фирмы, как в целом, так и ее филиалов и дочерних компаний. Стратегию развития филиалов и дочерних компаний по следующим ключевым направлениям определяет материнская компания: разработка новых видов продукции, расширение вертикальной интеграции, повышение конкурентоспособности компании; увеличение экспорта; создание смешанных предприятий за рубежом; расширение зарубежных капиталовложений.

• Стратегия поглощенияпредполагает приобретение акций других компаний, характеризующихся быстрым ростом и научно-техническими достижениями, с целью повышения эффективности деятельности фирмы путем проникновения в новые отрасли хозяйства, транснационализации капитала.

• Стратегия зарубежного инвестированиянаправлена на создание за рубежом собственных производственных предприятий - сборочных и по разработке сырьевых ресурсов.

• Стратегия ориентации на расширение экспортной деятельностипредполагает разработку таких мер, которые могли бы обеспечить целесообразность развития такой деятельности, снизить до минимума предполагаемые возможные риски и оценить выгоды. Стратегия экспорта предусматривает ориентацию производства на удовлетворение потребностей иностранных потребителей и используется наиболее часто крупными компаниями, выпускающими сложное оборудование и суда на основе заказов, а также средними и небольшими фирмами, выпускающими новейшую малогабаритную продукцию (часы, фотоаппараты, бытовые электроприборы) и сбывающими ее на тех рынках, где транспортные издержки невелики, а риск зарубежных инвестиций велик.

Заключение.

Четыре функции управления - планирование, организация, мотивация и контроль - имеют две общих характеристики: все они требуют принятия решений, и для всех необходима коммуникация, обмен информацией, чтобы получить информацию для принятия правильного решения и сделать это решение понятным для других членов организации. Из-за этого, а также вследствие того, что эти две характеристики связывают все четыре управленческие функции, обеспечивая их взаимозависимость, коммуникации и принятие решений часто называют связующими процессами.

Принятие решений - это выбор того, как и что планировать, организовывать, мотивировать и контролировать. В самых общих чертах именно это составляет основное содержание деятельности руководителя.

Основным требованием для принятия эффективного объективного решения или даже для понимания истинных масштабов проблемы является наличие адекватной точной информации. Единственным способом получения такой информации является коммуникация.

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

Список литературы.

1.Майкл Мескон и др., “Основы менеджмента”, - М., 1995 г.

2.Тейлор Федерик Уинслоу, “Менеджмент”, - М., 1992 г.

3.И.Н. Герчикова. Менеджмент. М.: ЮНИТИ, 1995, 478 с.

4.Менеджмент организации / под редакцией З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина /. М.: ИНФРА - М., 1996, 430 с.

5.Л.Ф. Догиль, Б.Д. Семенов. Предпринимательство и малый бизнес. Минск: Высшая школа, 1997, 264 с.

1. [↑](#footnote-ref-1)