

Глоссарий

Активизация человеческих ресурсов – управленческое воздействие, имеющее целью развитие человеческих ресурсов и формирование соответствующей организационной структуры и культуры организации.

Анализ – функция управления, особый вид умственной, познавательной деятельности руководителей и специалистов-аналитиков, системное и постоянно обновляемое познание содержания, структуры, сети взаимодействий между отдельными элементами управляемого объекта и его движения, динамики.

Анализ функций управления – форма использования анализа для совершенствования распределения управленческого труда, определения "узких мест" в управленческой деятельности, определения затрат на выполнение конкретных функций, а также оценки их трудоемкости, сложности, эффективности.

Аттестация как кадровая технология, включает в качестве предмета оценки личностные качества, процесс труда, его результат и призвана определить степень соответствия специалиста замещаемой должности как по профессионально-квалификационным, так и личностным характеристикам.

База данных (БД) – совокупность некоторого набора файлов с однотипной информацией и связей между ними.

Бенчмаркинг – управленческая процедура, которая состоит в том, что в практику работы организации внедряются технологии, стандарты и методы работы лучших организаций – аналогов.

Благотворительность (меценатство, филантропия) – помощь нуждающимся.

Внешняя среда – совокупность внешних субъектов и сил (факторов), активно влияющих на положение и перспективы фирмы, на эффективность деятельности ее субъектов менеджмента.

Внутренняя среда – совокупность характеристик организации и ее внутренних субъектов (сил, слабостей), влияющих на положение и перспективы фирмы.

Геоинформационная система (ГИС) – информационная система, включающая в себя большое количество графических и тематических баз данных, соединенная с модельными и расчетными функциями для манипулирования ими и преобразования в пространственную картографическую информацию с целью принятия разнообразных управленческих решений

Глобализация – комплекс трансграничных взаимодействий между физическими лицами, предприятиями, институтами и рынками, формирующий единое общемировое, интернационализированное товарное, финансовое, информационное пространство и интегрирующий самых разнообразных субъектов в общемировые процессы.

Делегирование полномочий – передача полномочий и обязанностей на нижние уровни управления при сохранении ответственности за руководителем.

Департаментализация – группировка функций.

Долгосрочное планирование (структурное долгосрочное) – планирование, направленное на достижение заранее определенных структурных изменений, без которых невозможен длительный экономический рост.

Жесткая модель управления – модель, опирающаяся на теорию X и включающая совершенствование механизма принуждения, установление жесткой регламентации производственной деятельности и контроля, оплату труда строго в соответствии с установленными нормативами.

Индекс человеческого развития (ИЧР) – средство измерения и оценки имеющихся возможностей для удовлетворения материальных и духовных запросов и потребностей людей; включает индекс ожидаемой продолжительности жизни населения при рождении, индекс уровня

образования населения и индекс реального ВВП на душу населения. ИЧР отражает как величину благосостояния, так и качество жизни населения той или иной страны.

Индивидуальный маркетинг состоит в восприятии реакции конкретного покупателя, во взаимодействии с ним, предполагает определение предпочтений покупателя, их запись и ответную реакцию на них. Индивидуальный маркетинг базируется на непрерывном использовании на практике знаний об индивидуальном потребителе, полученных с помощью интерактивной коммуникации и помогающих создавать и продвигать продукты и услуги с целью обеспечить непрерывные и долгосрочные взаимовыгодные отношения. Преимущества таких отношений: для покупателя – эффективность контакта, для производителя – прибыль, для обоих – спокойствие, уверенность в будущем.

Индикатор – интегральный показатель, количественно определяющий качественные характеристики процесса, имеет векторный, направленный характер. Индикаторы ограничивают предельные пороговые (минимальные и максимальные) значения. В прогнозировании и планировании индикаторы определяются как параметры границ, в пределах которых система, включающая организационные механизмы, технологические связи, материальные и финансовые потоки, может устойчиво функционировать и развиваться.

Инновация – процесс создания, распространения и использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности работы организации в целях удовлетворения определенных потребностей.

Интегрированные маркетинговые коммуникации – стратегический анализ, выбор, реализация и контроль всех элементов маркетинговых коммуникаций, которые, будучи собраны воедино, являются современным эффективным рычагом социально-экономического влияния на отношения и взаимодействия между организацией и ее нынешними и потенциальными потребителями, заказчиками и клиентами.

Информационная система – упорядоченная совокупность документированной информации и целого ряда информационных технологий.

Информационная технология – представленное в проектной форме (т.е. в формализованном виде, пригодном для практического использования) концентрированное выражение научных знаний и практического опыта, позволяющее рациональным образом организовать тот или иной достаточно часто повторяющийся информационный процесс.

Инцидент – действия со стороны оппонентов, направленные на достижение их целей, противоречащих целям друг друга; второй базовый элемент конфликта, наряду с конфликтной ситуацией.

Исследование – процесс выработки новых научных знаний, вид познавательной деятельности.

Кадастр – упорядоченная совокупность сведений о правовом природном, хозяйственном и экономическом состоянии физических объектов и явлений среды во времени в структурном, организационном, функциональном и информационном аспектах.

Кадровая технология – средство управления количественными и качественными характеристиками состава персонала, обеспечивающее достижение целей организации и ее эффективное функционирование.

Карьера в узком смысле слова – индивидуальный трудовой путь человека, способ достижения целей и результатов в ОСНОВной форме личностного самовыражения; в широком смысле слова – активное продвижение человека в освоении и совершенствовании способа жизнедеятельности, обеспечивающего его устойчивость в потоке социальной жизни.

Качество – практическое воплощение удовлетворения потребностей и ожиданий потребителя. Другое значение термина – техническое свойство объекта, относящееся к потребностям и ожиданиям.

Команда – взаимодействующая сплоченная группа людей, которые самоорганизуясь, четко и гибко распределяют функции и ответственность, проявляя творчество, берут на себя обязательства по достижению общей цели и добиваются высоких результатов посредством связывания заботы об удовлетворении своих жизненных потребностей с эффективностью работы организации в целом.

Коммуникация – одна из форм взаимодействия людей в ходе общения, процесс обмена продуктами психической деятельности; передача информации от человека к человеку.

Коммуникационный менеджмент – профессиональная деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой; деятельность по управлению коммуникационными проблемами организации; совокупность приемов, методов, процедур, технологий, обеспечивающих эффективное информационное и эмоциональное взаимодействие между организацией и целевыми группами общественности.

Контрактизация – выполнение функций государства частными компаниями на контрактной основе.

Контроль – сбор и обработка информации о траектории движения управляемого объекта, сопоставление ее с параметрами, заданными заранее в законах, инструкциях, других нормативных актах, а также в планах или программах, выявление отклонений, анализ причин, вызвавших такие отклонения, их оценка и принятие решения о корректирующем воздействии. Контроль – одна из основных управленческих функций, неотъемлемая составляющая процесса управления, воздействующая на все его остальные функции и непрерывно участвующая в этом процессе от его начала и до завершения. Это составная часть управления, заключающаяся в наблюдении за объектом управления с целью проверки соответствия фактического состояния желаемому, предусмотренному законом и другими нормативными актами.

Контролируемость деятельности – возможность определять степень адекватности достигнутых и будущих результатов, а также других компонентов деятельности ее целям и нормам. Контролируемость зависит от "правил игры", условий ситуации, способности и желания субъекта и объекта контроля устанавливать и отслеживать нормативные значения контролируемых переменных в соответствии с целью деятельности.

Конфликтная ситуация – ситуация противоречия, первый из основных элементов конфликта.

Координатор – специальное должностное лицо, отвечающее за координацию деятельности различных служб.

Координация – согласование распределенной деятельности, ресурсов и усилий между участниками выполнения той или иной задачи.

Корпоративная информационная система – информационная система, поддерживающая оперативный и управленческий учет в организации и представляющая информацию для оперативного принятия управленческих решений.

Краткосрочное планирование (конъюнктурное) – планирование, основанное на конъюнктурном подходе, обеспечивающее общее экономическое равновесие в течение нескольких кварталов с сохранением условий реализации целей среднесрочной политики.

Культура организации (организационная культура, корпоративная культура) – не только оригинальная смесь ценностей, отношений, норм, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, но и вся среда обитания организации, присущий ей стиль отношений и поведения. Культура организации – хорошо согласованная совокупность организационных, управленческих, технологических и неформальных межличностных отношений, которая достигается при определенном уровне развития управленческой деятельности и управленческих знаний. Организационную культуру определяет формула: общие ценности – взаимовыгодные отношения и сотрудничество – добросовестное организационное поведение.

Лидер – ведущий, руководитель, способный сформировать и сохранять социальные связи в условиях обмена информацией.

Лидерство – процесс несилового воздействия в направлении достижения группой своих целей.

Линейная организационная структура – характеризуется прямыми двухсторонними связями ответственности и информационного обмена, пронизывающими организацию сверху донизу, с подчинением каждого работника только одному руководителю.

Линейно-функциональная организационная структура – группировка персонала по конкретным видам деятельности, что соответствует наиболее важным направлениям деятельности всей организации. При этом подчиненность как при линейной структуре.

Макросреда – совокупность факторов широкого социального плана и системного, общего, преимущественно косвенного действия.

Маркетинг – такая философия, стратегия и тактика участников рыночных отношений, когда эффективное удовлетворение запросов и разрешение проблем потребителей ведут к деловым, рыночным успехам фирм и организаций и приносят пользу обществу.

Маркетинг долгосрочных партнерских отношений (Relationships Marketing) – современный маркетинг, субъектами которого выступают производители, потребители и посредники. Долгосрочные отношения возможны, если каждая конкретная сделка, действие строится таким образом, чтобы принести пользу всем участникам отношений. Суть маркетингового подхода в будущем – общность ощущений с потребителем, отношение к клиенту, как к самому себе, но с учетом его индивидуальности. Еще точнее – это баланс интересов трех главных субъектов: потребителя, общества, производителя. Ядром маркетинга долгосрочных партнерских отношений выступает индивидуальный маркетинг.

Маркетинговые коммуникации – систематическое и комбинированное использование совокупности информационных связей: от

поиска рыночной информации, выбора миссии фирмы, рыночного сегмента, каналов сбыта и товародвижения, определения оптимальных условий по реализации продукции до собственно рекламы и создания положительного рыночного образа (имиджа) организации и ее деятельности.

Матричная организационная структура предполагает привлечение специалистов из различных служб организации для работы над определенными проектами; указанные специалисты при этом остаются в составе линейной или функциональной структуры.

Менеджмент – процесс управления в организациях, наука об управлении, искусство управления и люди, составляющие орган управления. В менеджменте как науке об управлении в организациях разделяют общий и специальный менеджмент.

Меры защиты от риска – совокупность специализированных мероприятий: управленческих; организационно – экономических; правовых; кадровых; психологических; информационных; технологических; страховых.

Менеджмент качества – полный набор процессов, используемый в системе менеджмента качества.

Метод – система правил и приемов изучения явлений, способ теоретического исследования и практического осуществления чего-либо.

Методы инновационной деятельности – выработанные и апробированные способы воздействия на объект инноваций с целью получения инновационного эффекта.

Методы исследования – совокупность целенаправленных действий и способов получения новых знаний об управленческих отношениях и системе управления.

Методология управления, менеджмента – логическая схема управленческой деятельности, предполагающая взаимосвязанное понимание целей, ориентиров, а также средств и способов их достижения.

Методы управления – способы реализации функций менеджмента. Они также устанавливают ответственность, санкции за невыполнение или недостаточное выполнение функций и обязанностей.

Механизм управления – совокупность средств и методов управления, это сцепление, определяющее возможность целенаправленного движения системы.

Микросреда – совокупность отдельных субъектов (конкретных организаций, групп и отдельных лиц) и их характеристик, оказывающих непосредственное влияние на данного субъекта менеджмента и его возможности.

Миссия – основная общая цель развития организации, которая определяет смысл ее существования, причину появления и деятельности на рынке и является отправной точкой для выработки стратегических направлений развития организации.

Модель управления – целостная совокупность представлений о том, как выглядит и как должна выглядеть система управления, как она воздействует и как должна воздействовать на объект управления; включает в себя базовые принципы менеджмента, стратегическое видение, целевые установки и задачи, совместно вырабатываемые ценности, структуру и порядок взаимодействия ее элементов, организационную культуру, аналитический мониторинг и контроль за ситуацией, движущие силы развития и мотивационную политику.

Модифицированные модели управления – модели, использующие в различных сочетаниях и элементы жесткой модели, и элементы мягкой модели.

Мониторинг – специфическая технология наблюдения и анализа изменений объекта управления, характеризуемая постоянством, регулярностью осуществления в течение всего управленческого цикла, имеющая, как правило, своими объектами слабо структурированные среды. Мониторинг позволяет эффективно контролировать ситуацию, выявлять

причины расхождения между сущим и должным и выступает фактором снижения риска при разработке управленческой стратегии, при подготовке к хозяйственной деятельности, особенно при смене модели развития.

Мониторинг персонала – кадровая технология, обеспечивающая постоянно длящееся (периодическое) наблюдение за состоянием характеристик персонала. Он может проводиться как в организованных, так и в неорганизованных формах.

Мониторинговый индикатор – интегральный показатель, количественно определяющий признаки, свойства и другие качественные характеристики предмета мониторинга, поддающиеся контролю. Индикаторы определяются как параметры границ, в пределах которых система, включающая организационные механизмы, технологические связи, материальные и финансовые потоки, может устойчиво функционировать и развиваться. Индикаторы используются в наиболее удобной для непосредственного восприятия форме для фиксации происходящих или грядущих изменений наблюдаемых параметров в экономике, социальной сфере, природной среде, управлении и др.

Мотив – внутренняя побудительная причина, вызывающая тот или иной тип действий индивидуума, социальной системы.

Мотивационное управление – система способов изучения и формирования внутренних (эмоциональных и рациональных) побуждений субъекта, направленная на раскрытие его потенциала с целью повышения результатов деятельности.

Мотивационный потенциал – совокупность мотивационных составляющих (уровень потребностей, интересов, целевых установок, ценностных ориентации, ожиданий) и способностей (физиологических, интеллектуальных, профессиональных) работника группы, определяющая готовность и возможности работника, группы к выполнению результативной деятельности.

Мотивация – процесс побуждения к выбору того или иного типа поведения в зависимости от силы воздействия мотивов (потребностей, интересов, желаний, целей), стимулов и от ожидаемых результатов.

Мотивирование персонала – умение понимать и воспринимать потребности работника и побуждать его к сознательному самостоятельному выбору действий по удовлетворению потребностей и достижению личных и коллективных целей.

Мягкая модель управления – модель, опирающаяся на теорию Y и предусматривающая мягкое направление энергии работников в заданное русло, привлечение к творческой работе, доверие, предоставление свободы действий и поощрение.

Некоммерческий маркетинг – маркетинг продукции (включая услуги), распределяемой в бюджетных отраслях экономики и социальной жизни: в государственном образовании и здравоохранении, социальной защите, обеспечении государственной, личной и иной безопасности, поддержании обороноспособности, работах по ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, в государственном управлении и др. Решающими субъектами предложения здесь часто выступают властные структуры, выполняющие при этом функцию посредничества, а потребителями крупные слои, социальные группы населения, причем часто наименее защищенные.

Отношения в некоммерческом маркетинге – не вполне рыночные, опосредованные. Источники существования и развития – налоги, льготы, взносы, сборы, пожертвования, причем ресурсные возможности строго ограничены и контролируются общественностью. Цели деятельности в русле некоммерческого маркетинга – соответствие нуждам и ожиданиям групп населения; рациональное предоставление, распределение социальных услуг и другой продукции (в том числе услуг власти); повышение престижа, притягательной силы отдельных идей, социальных институтов, личностей в рамках определенной общности; повышение престижа данной общности

(страны, региона, муниципального образования, социальной группы и др.) за пределами ее нормального существования.

Нововведение – прогрессивное новшество, которое является новым для системы, принимающей и использующей ее.

Общий менеджмент изучает общие принципы и закономерности управления социально-экономическими процессами (функции управления, управленческий цикл, стратегическое управление, мотивация, лидерство), реализуемые применительно к самым разным объектам управления.

Объект управленческих инноваций – подвергаемый целенаправленному изменению компонент управленческой системы организации.

Объекты мониторинга – составляющие предмет мониторинга процессы, явления в области экономики, социальной сферы, экосистемы, менеджмента и др., имеющие качественные и количественные характеристики и находящиеся во взаимосвязи и взаимодействии.

Объекты управления – отрасли, территориальные общности людей, отдельные стадии воспроизводства, аспекты производственной деятельности, а также характеристики производства.

Объекты управления в риск-менеджменте – рискованные вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами

Организационная культура – система формальных и неформальных норм и правил деятельности, ценностей, ожиданий, поведенческих ритуалов или особенностей поведения, существующих в организации или предприятии.

Организационный конфликт – конфликт, вызванный к жизни специфическими свойствами организации, ее структурными особенностями, ее взаимодействием с другими организациями, организационной динамикой и т.п. Среди организационных конфликтов выделяются: конфликт целеполагания (внешне-организационный) – противоречие, несовместимость целей организации; дисфункциональный (внутриорганизационный)

конфликт, имеющий место, если целью деятельности становится выполнение внутренних правил, норм деятельности; позиционный конфликт – разделение коллектива в результате противоположности интересов и целей его членов, их групп;

Организация – процесс, направленный на объединение усилий различных участников управления или принятия решений, включающий в себя распределение ролей, ресурсов, заданий, ответственности и полномочий.

Организация мониторинга – совокупность упорядоченных во времени и пространстве научно-аналитических, правовых, управленческих и других мероприятий, обеспечивающих непрерывность наблюдения за социально-экономическими процессами и явлениями, достоверность их оценки и практическое использование полученных данных.

Организация управленческих инноваций – деятельность, направленная на определение параметров инновационного процесса и регулирование разработки и реализации управленческих нововведений в соответствии с целью организационных изменений в учреждении.

Отбор персонала – комплексная кадровая технология, обеспечивающая соответствие качеств человека требованиям вида деятельности или должности в организации.

Ответственность – характеристика последствий принятых решений, осуществления действий для лица, которому переданы полномочия принимать такие решения, осуществлять действия.

Оценка персонала – кадровая технология, содержанием которой является познание и результат сравнения выделенных индикаторов (предметов), характеристик (качеств) человека с заранее установленными критериями.

Персонал – все работники предприятия, организации, выполняющие производственные функции, обладающие определенными качественными

характеристиками и заняты переработкой предметов труда с использованием средств труда.

Планирование – функция управления, состоящая в выборе оптимальной альтернативы текущего или перспективного развития объекта управления, формулировании целей и разработке перечня конкретных мер (увязанных по ресурсам и срокам) по достижению данных целей.

Политика качества – основные направления и цели организации, связанные с качеством, официально сформулированные высшим руководством.

Полномочия – объем прав принимать решения и осуществлять действия.

Потенциал (персонала) – совокупность способностей и возможностей персонала, нередко скрытые, обеспечивать эффективную деятельность предприятий.

Предмет мониторинга – доступная для наблюдения реальность, представляющая собой, как правило, совокупность объектов, социально-экономических явлений, находящихся в причинно-следственных связях друг с другом, в движении, изменении и развитии.

Предмет науки управления составляют управленческие отношения, в которых проявляются одновременно экономические, социальные и политические отношения и интересы, проявляющиеся в воздействии на общество или на его отдельные элементы с целью их упорядочения, сохранения качественной специфики, совершенствования и развития. Предметом науки управления являются также технологии и методы управления и тенденции развития практики управления.

Принципы маркетинга представляют собой его идейный стержень, задают характер маркетингового подхода к современному менеджменту. основополагающий, базовый принцип маркетинга – это ориентация на эффективное решение проблем конкретных потребителей. Именно оттого, насколько эффективно тот или иной товар позволяет решить проблему,

стоящую перед клиентом, зависит успех товара, а в конечном счете – и успех фирмы. Этот подход получает свое развитие и конкретизацию в следующих принципах: доминирование ориентации на перспективу; предпочтение прогнозирования и формирования спроса; комплексность, многовариантность, нелинейность решений; акцент на децентрализацию решений и ситуационное управление.

Прогноз – предвидение, предсказание будущего.

Прогноз с управляющим фактором – включение в факторный прогноз количественных оценок возможных последствий использования различных вариантов социальной (мотивационной) политики, политики регулирования взаимодействия субъектов рынка, финансовой, инвестиционной, кадровой, нормативно-правовой, внешнеэкономической, таможенной политики.

Прогноз-тренд – прогноз, основанный на использовании линейной экстраполяции, сложившихся в прошлом тенденций.

Прогноз факторный – прогноз, основанный на оценке влияния различных факторов и их комбинации на развитие возможного будущего состояния объекта управления.

Программа – законченный комплекс заданий, мероприятий, работ, объединенных общей целью, имеющий конкретный конечный результат, требующий привлечения значительных ресурсов, осуществляемый совокупностью взаимодействующих органов, организаций, лиц разных функциональных сфер экономики. Формирование целевых комплексных программ в бизнесе и их реализация играют все возрастающую роль в процессах управления в разных сферах экономики и научных исследованиях.

Профессиональный подбор – разновидность профессионального отбора, представляет собой поиск наиболее соответствующих должностей, идентификация требований различных должностей, видов деятельности под известные возможности, накопленный профессиональный опыт, стаж, способности человека.

Прямой маркетинг (direct marketing) – метод продвижения продаж, цель которого – вовлечь в коммуникацию реальных и потенциальных потребителей товара и получить обратную информацию об их нуждах, потребностях, интересах.

Развитие человеческих ресурсов – деятельность, направленная на развитие способностей и навыков работников с целью их постоянного роста и прогресса.

Разгосударствление – процесс передачи функций государственных учреждений частным компаниям при сохранении целеполагания и контроля со стороны государственных органов.

Ранг оппонента – сравнительная сложность структуры участника конфликта. Оппонент нулевого ранга – индивид в то время, когда он в споре с самим собой вырабатывает свое решение, свою позицию; оппонент первого ранга – индивид, выступающий от собственного имени и преследующий в конфликте собственные интересы и цели; оппонент второго ранга – группа индивидов, преследующая некую групповую цель; оппонент третьего ранга – структура, состоящая из простых групп, непосредственно взаимодействующих друг с другом; высшим рангом и силой традиционно наделен оппонент, являющийся общественным институтом и выступающий на основе закона и от имени государства. Сила оппонента связана как с рангом, так и с ценностными ориентациями, доминирующими в обществе.

Реклама (advertising) – ведущее звено маркетинговых коммуникаций, представляющих собой форму неличного представления и продвижения товаров, идей и услуг, оплачиваемую точно установленным заказчиком.

Риск – вероятность и величина возможных потерь в ситуации неопределенности.

Риск-менеджмент – система оценки риска, управления риском и финансовыми отношениями, возникающими в процессе функционирования бизнес структур или предпринимателей.

Российская модель управления – самобытная и исторически сложившаяся в течение нескольких веков модель, основанная на национальных традициях и опирающаяся на следующие базовые принципы – экономическая самодостаточность, преобладание духовной мотивации трудовой и общественной деятельности, соборность, общинное самоуправление, совместное и равное владение собственностью, взаимопомощь, совместное решение проблем на основе гармонии интересов, взвешенный патернализм.

Самоуправление – самостоятельное управление какой-либо организационной системы; правомочное принятие участниками команды или подразделения решений, касающихся их внутренних проблем, включение исполнителей в технологию выработки и принятия управленческих решений.

Связи с общественностью (public relations) – особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и ее общественностью.

Сила оппонентов – принципиально важная категория для анализа социального конфликта, определяемая рангом оппонента.

Система – совокупность взаимосвязанных частей, взаимоотношения между которыми имеют упорядоченный и целенаправленный характер, а результат превосходит возможности отдельно функционирующих элементов; множество взаимосвязанных частей (компонентов), объединенных ради достижения общей цели (эффекта системы) в единое целое, взаимодействие между которыми характеризуется упорядоченностью и регулярностью на конкретном отрезке времени. К основным компонентам системы относят: элемент системы, взаимоотношения между элементами, подсистему, структуру системы. Отличительными признаками системы выступают: наличие взаимосвязанных частей в объекте; взаимодействие между частями объекта; упорядоченность данного взаимодействия для достижения общей цели системы.

Система менеджмента качества – система, создаваемая для установления политики качества, целей качества и для достижения этих целей.

Система управления – совокупность взаимосвязанных элементов (целей, функций, организационных структур управления, методов управления, кадров управления и др.) и подсистем управления, взаимодействующих между собой для достижения главной и основной целей деятельности организации. Характеризуется целостностью и упорядоченностью элементов и подсистем, отражающих особенности объекта управления.

Системный анализ – совокупность методов и средств, позволяющих исследовать систему управления в целом.

Системный подход в управлении рассматривает управленческую деятельность как систему, т.е. как совокупность элементов, взаимодействующих между собой в пространстве и времени, функционирование которых направлено на достижение общей цели.

Содействие продажам, сбыту (sales promotion) – метод продвижения продаж, преследующий цель изменить установки реального и потенциального потребителя за очень короткое время.

Социальная инновация – сознательное изменение различных элементов и связей социальной системы.

Социальный конфликт – один из характерных, и требующий наибольшего внимания со стороны менеджеров тип взаимодействия людей, социальных сил, при котором действия одной стороны, столкнувшись с противодействием другой, делают невозможной реализацию ее целей и интересов. Обязательные элементы конфликта: конфликтная ситуация, инцидент, эмоциональные переживания участников и необычное поведение человека, демонстрирующее желание отстаивать свою правоту.

Специальный менеджмент рассматривает управление объектами с учетом их специфики, например, менеджмент в сфере услуг, муниципальный менеджмент, финансовый менеджмент.

Среда косвенного воздействия – совокупность элементов и факторов, оказывающих влияние на организацию опосредованное и отсроченное воздействие.

Среда прямого воздействия – совокупность элементов и факторов, оказывающих непосредственное и немедленное влияние на организацию.

Среднесрочное планирование (частично структурное) – планирование, осуществляемое на основе частично-структурного программирования, ориентированное на изменение соотношения занятости и мощностей в особо продвинутых отраслях, обеспечивающих эффект мультипликации, т.е. широкого влияния.

Стиль руководства – устойчивая манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, позволяющая оказывать на них влияние и побуждать их к достижению целей организации.

Стимул – внешнее воздействие, активизирующее (деактивизирующее) поведение индивидуума, социальной системы.

Стимулирование – процесс побуждения (принуждения) к тем или иным действиям, основанный на использовании внешних по отношению к субъекту и не зависящих от него факторов.

Стимулирование персонала – умение создавать такие внешние условия воздействия на работника, которые побуждают или вынуждают его действовать в установленном, заданном режиме для достижения поставленных целей.

Стратегическое видение – определение общего курса развития организации исходя из представлений о будущем. В основе развития стратегического видения лежит изменение традиционного подхода к развитию организации "от прошлого к будущему" к более эффективному "от будущего к настоящему".

Стратегия – план управления организацией, направленный на удовлетворение определенных потребностей, через который достигается укрепление ее позиций во внешней среде, а соответственно, и поставленных целей.

Структура – совокупность всех взаимоотношений между частями системы; совокупность элементов системы или организации и связи между ними.

Структура системы – совокупность связей, взаимоотношений между всеми элементами системы, между ее подсистемами, между системой и внешней средой.

Субъект управленческих инноваций – специализированный орган управления инновационным процессом, обеспечивающий достижение цели организационных изменений в учреждении.

Субъектами управления могут выступать директор, менеджер, совет директоров, мэр города, городская дума, начальник отдела, группа качества, городская торгово-промышленная палата.

Субъекты мониторинга – федеральные, региональные, муниципальные органы управления, коммерческие и общественные организации, творческие группы и отдельные исследователи, осуществляющие наблюдение и оценку социально-экономических процессов в отношении пределов норм, принятых мировым сообществом и закрепленных в правовом пространстве России.

Теория У (автор – Д.МакГрегор) – совокупность установок, при которых руководитель убежден, что подчиненные хотят работать и, работая, стремятся реализовать свою потребность в самовыражении и в творчестве. Они трудолюбивы и обладают внутренней организованностью и самодисциплиной

Теория Z(автор – У. Оучи) – совокупность установок, при которых руководитель, работая в условиях жесткой модели, отчетливо видит преимущества мягкой модели и психологически готов к применению

последней, но сознает, что его подчиненные к этому не готовы, и потому вынужден внедрять поэлементно и постепенно отдельные составные части мягкой модели в "ткань" действующей жесткой модели.

Теория X (автор – Д.МакГрегор) – совокупность установок, при которых руководитель убежден, что подчиненные ленивы, не хотят работать, не способны проявлять инициативу и не обладают должной ответственностью.

Тотальный менеджмент (управление) качества – менеджмент качества организации, охватывающий всю организацию.

Требование качества – требование, относящееся ко всей совокупности неотъемлемых характеристик объекта и их значений.

Трудовые ресурсы – население обоих полов в трудоспособном возрасте, за исключением неработающих инвалидов войны и труда и лиц, получающих пенсию по возрасту на льготных условиях, а также лица в нетрудоспособном возрасте занятые в экономике.

Управление – элемент и одновременно функция организованных систем различной природы (биологических, социальных, технических и пр.), обеспечивающая сохранение их структуры, поддержание режима деятельности, реализацию программы, цели деятельности.

Управление карьерой – функция управления профессиональными возможностями человека в организации.

Управление риском – специальный вид менеджерской деятельности, нацеленный на смягчение воздействия риска на результаты функционирования объекта.

Управленческая инновация – форма управляемого развития социальной системы, достигаемого посредством совершенствования механизма управления данной системы.

Управленческая парадигма – система управленческих взглядов, обуславливающих принципиально новое качество управления, востребованное жизнью; исходная концептуальная схема, система понятий,

отражающая осмысление существенных черт действительности, модель постановки управленческих проблем и их решения.

Устойчивость – способность системы противостоять процессу разрушения и поддерживать в течение определенного времени выбранный режим функционирования.

Формальная организационная структура – схема связей подчиненности, ответственности и положений.

Функциональная структура – организация персонала по функциональным подразделениям на основе сходной подготовки, опыта и использования ресурсов.

Функционально-стоимостной анализ (ФСА, в англоязычной транскрипции – Activity Based Costing, ABC) – "операционно-ориентированная" альтернатива традиционным финансовым подходам, позволяющая предоставлять информацию в форме, понятной для персонала предприятия, непосредственно участвующего в бизнес-процессе и распределяющая накладные расходы в соответствии с детальным просчетом использования ресурсов, подробным представлением о процессах и их влиянием на себестоимость, а не на основании прямых затрат или учета полного объема выпускаемой продукции, что особенно актуально в отношении управленческой деятельности. Цель создания ФСА-модели – достижение улучшений в работе предприятий по показателям стоимости, трудоемкости и производительности. ФСА позволяет увидеть возможные пути улучшения стоимостных показателей функций управления. Специфика ФСА состоит в том, что он требует комбинированного применения процессного и структурного подходов к управлению

Функция – исполнение, круг деятельности, ее сущность в действии.

Функции маркетинга представляют собой его сущность в действии. Это прежде всего товарная политика, ценообразование, коммуникации, сбыт и продажи. Они в свою очередь входят в комплексные функции маркетинга – маркетинговые исследования, разработку маркетинговой стратегии.

Функция управления – объективно обусловленный вид управленческой деятельности, являющийся содержательным компонентом процесса управления.

Человеческие ресурсы – ресурсная трудовая составляющая (трудовые ресурсы, персонал и его качества, соотнесенные с конкретным рабочим местом) и социокультурные характеристики, личностно-психологические свойства людей, проявляющиеся в их отношении к предприятию, поставленным задачам, окружающим их коллегам и руководителям.

Эволюция управленческой мысли – формирование и трансформация моделей управления в соответствии с объективными потребностями экономики.

Элемент – минимальная целая часть системы.

Элемент системы – минимальная целая часть системы, которая функционально способна отразить некоторые общие закономерности системы в целом.

Эффективность – в контексте организационного поведения – оптимальное соотношение производства, качества, результативности, гибкости, удовлетворенности, конкурентоспособности и развития