

ГЛОССАРИЙ

Имидж – это образ, устойчивое представление об отличительных или исключительных характеристиках.

Контроль – это управленческая деятельность, задачей которой являются количественная и качественная оценка и учет результатов работы организации.

Маркетинг – инструмент, направленный на изучение и учет спроса и требований рынка

Маркетинг – инструмент, направленный на изучение и учет спроса и требований рынка для более обоснованной ориентации производственной деятельности предприятий.

Маркетинг -деятельность, обеспечивающая производителям товаров и услуг своевременную реакцию на изменения ситуации на рынке, а потребителям лучшее удовлетворение их потребностей.

Менеджмент - особая форма управленческой деятельности

Метод (от греческого - путь исследования, например, научный метод, включающий этапы наблюдения, анализа и синтеза) - способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; или же совокупность приемов освоения действительности.

Миссия - главная общая цель предприятия, понимаемая, в первую очередь, как долговременная задача по отличному от конкурентов и желательно лучшему удовлетворению потребностей основных покупателей производимых товаров и услуг.

Модель "менеджмента услуг" - разработана американским специалистом Р.Норманном. Модель "менеджмента услуг" включает в себя пять составляющих - сегмент рынка, концепцию услуги, систему оказания услуг, образ фирмы, ее философию и культуру. Модель значительно облегчает продвижение услуги потребителям.

Мотив - внутренняя устойчивая психологическая причина поведения или поступка человека.

Мотивация (функция) - процесс внутреннего или внешнего психологического управления поведением, сочетающий интеллектуальные, физиологические и психологические подпроцессы, заключающийся в

стимулировании самого себя или других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных целей или общих целей организации.

Планирование - это вид управленческой деятельности, связанной с составлением планов организации в целом, ее подразделений, функциональных подсистем, отделов, служб, работников.

Риск – неотъемлемый атрибут рыночной деятельности.

Самоменеджмент – это саморазвитие менеджера как личности и организация его личной деятельности, представляющая собой целенаправленное и последовательное использование испытанных методов работы в повседневной практике в специфических условиях.

Функции менеджмента — виды деятельности, необходимые для осуществления управления.