Содержание

Введение…………………………………………………………………………….3

Глава 1. Теоретико-методологические основы менеджмента …………………………………………………………………………..

1.1. Сущность и виды менеджмента……………………………………………..

1.2 Становление менеджмента в России на современном этапе

1.3 Менеджмент на современном этапе…………………………..

Заключение…………………………………………………………………….……25

Список использованной литературы…………………………………………..….27

# ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время стремительно развиваются экономические отношения, они усложняются, растут рынки сбыта, появляется большое количество конкурентов, идет борьба за потребителя. Чтобы выиграть в борьбе за рынок компаниям приходится разрабатывать новые подходы к управлению и продвижению своих услуг.

Практическая функция заключается в выработке научных решений для проведения эффективной экономической политики, обосновании способов оптимального использования ограниченных ресурсов с целью повышения жизненного уровня населения страны. Прогностическая функция экономики предполагает разработку научно – обоснованных прогнозов социально–экономического развития национальной экономики, т.е предсказания будущего состояния экономики, показателей, которые должны быть достигнуты в будущем при проведении определенной экономической политики. Основные этапы развития экономической теории Экономическое знание возникло в глубокой древности. Учения мыслителей Древнего Востока

В данной ситуации именно инструментарий менеджмента позволяет компании диверсифицировать свою деятельность, найти новые стратегии и возможности. Это связано в тем, что маркетинг вобрал в себя наиболее значимые разработки прикладного, и теоретического характера. Это объясняется его двойственным содержанием.

С одной стороны, это сугубо прикладная экономическая дисциплина, характеризующая деятельность производителя или посредника по разработке, распространению и продвижению товара.

С другой, это теоретический аппарат исследования рынка для разработки стратегических управленческих решений. Отсюда передовые достижения в этой области представляют теоретический и практический интерес для широкого круга деятелей рынка от предпринимателей до экономистов-исследователей.

(Китай, Индия), экономическая мысль Древнего Рима и Древней Греции нередко содержали достаточно глубокие представления о хозяйственном устройстве, методах управления хозяйством. Рассматривались этими учениями, хотя и под другими названиями, и такие значимые общественные категории и процессы, как разделение труда, отношения господства и подчинения, собственности и социальной справедливости¸ богатства и бедности, основы стабильности государства. Прошли тысячелетия, но и сегодня экономическая теория занимается изучением­ тех, же или сходных процессов, но на качественно ином

В настоящее время в России во многих компаниях внедряются принципы менеджмента . В одних компаниях пытаются полностью перенять западный опыт, в других учитывают национальную специфику либо придумывают новые методы управления.

При этом важно понимать, что менеджмент может охватывать все аспекты деятельности компании.

При правильном использовании технологий менеджмента повышается эффективность работы компании, цели и задачи предприятия соответствуют целям коллектива.

Поэтому так важно проанализировать разные концепции менеджмента .

**Цель**  курсовой работы – анализ сущности и основных концепций маркетинга и менеджмента в России и мире.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:

1. проанализировать сущность менеджмента ,
2. рассмотреть современные школы маркетинга за рубежом
3. изучить состояние менеджмента в России
4. рассмотреть, как западные принципы управления могут быть внедрены на российских предприятиях.

**Предметом** исследования являются факторы, которые повлияли на развитие маркетинга и менеджмента.

**Объектом** исследования является

Сущность менеджмента исследовались в работах у Друкера, М. Мескона, И. Оучи, Ф. Селзника, Р. Уогермана, Г. Хофштеде, Е. Шейна и др. Также проводились эмпирические исследования менеджмента в работах таких авторов, как К. Мацусита, Т.Е. Дилл и A.A. Кеннеди, Р. Дора, Дж. Линкольн и А. Каллеберг, И. Пиннингс, Т. Питере.

В России данной проблематикой занимались такие ученые как В.А. Спивак, Э.А. Капитонов, Виханский А.И., Шекшня С. и других.

В кܰаܰчܰеܰсܰтܰвܰе иܰнܰфܰоܰрܰмܰаܰцܰиܰоܰнܰнܰоܰй бܰаܰзܰы пܰрܰи нܰаܰпܰиܰсܰаܰнܰиܰи рܰаܰбܰоܰтܰы вܰыܰсܰтܰуܰпܰиܰлܰи монографии, научные сборники, , сܰтܰаܰтܰьܰи пܰеܰрܰиܰоܰдܰиܰчܰеܰсܰкܰоܰй пܰрܰеܰсܰсܰы маркетинга и менеджмента.

Пܰрܰи нܰаܰпܰиܰсܰаܰнܰиܰи рܰаܰбܰоܰтܰы аܰвܰтܰоܰрܰоܰм пܰрܰиܰмܰеܰнܰяܰлܰиܰсܰь рܰаܰзܰлܰиܰчܰнܰыܰе нܰаܰуܰчܰнܰыܰе мܰеܰтܰоܰдܰы иܰсܰсܰлܰеܰдܰоܰвܰаܰнܰиܰяܰ, в чܰаܰсܰтܰнܰоܰсܰтܰи сܰбܰоܰрܰ, аܰнܰаܰлܰиܰзܰ, оܰбܰоܰбܰщܰеܰнܰиܰеܰ, сܰтܰрܰуܰкܰтܰуܰрܰиܰрܰоܰвܰаܰнܰиܰе и сܰиܰсܰтܰеܰмܰаܰтܰиܰзܰаܰцܰиܰя иܰнܰфܰоܰрܰмܰаܰцܰиܰи в рܰаܰмܰкܰаܰх гܰлܰаܰв дܰаܰнܰнܰоܰй рܰаܰбܰоܰтܰыܰ.

Сܰтܰрܰуܰкܰтܰуܰрܰнܰо рܰаܰбܰоܰтܰа сܰоܰсܰтܰоܰиܰт иܰз вܰвܰеܰдܰеܰнܰиܰяܰ, тܰрܰеܰх гܰлܰаܰвܰ, зܰаܰкܰлܰюܰчܰеܰнܰиܰяܰ, сܰпܰиܰсܰкܰа иܰсܰпܰоܰлܰьܰзܰоܰвܰаܰнܰнܰоܰй лܰиܰтܰеܰрܰаܰтܰуܰрܰы и пܰрܰиܰлܰоܰжܰеܰнܰиܰйܰ.

В первой главе рассматриваются теоритеческие основы маркетинга и менеджмента. Рассматривается их сущность и значение для ээфективной работы компаний.

Во второй главе дается характеристика развития концепци и менеджмента в России в настоящее время.

В третьей главе дается анализ зарубежного опыта применения концепци и менеджмента, и рассмотрена возможность использования данных инструментов в российских компаниях.

# Глава 1. Теоретико-методологические основы менеджмента

## 1.1. Сущность менеджмента и его виды

Система менеджмента является важным элементом деятельности любой компании, потому что охватывает все ее элементы. Правильное управление повышает эффективность работы компании, ищет пути взаимодействия компании с сотрудниками, контрагентами, государственными органами.

Менеджмент применяется для управления в рыночной экономики, когда целью организации является не только максимизации прибыли, но и повышение стоимости компании, создание благоприятного имиджа, развития дружеских взаимоотношений и другие.

Менеджмент - это деятельность, которая направленная на создание и достижение стратегии и целей компании при эффективном использовании текущих ресурсов.

Менеджмент в качестве науки возникла как теория управления производством. С течением времени менеджмент стал наукой по управлению всеми ресурсами компании, в том числе человеческими. Учены пришли к выводу, что успех компании зависит от людей, от ее коллектива. Поэтому стали разрабатываться принципы и подходы именно к управлению

Следует проводить разграничение таких понятий, как «менеджмент», «управление» и «руководство»[[1]](#footnote-1).

Руководство означает постановку цели организации и управление ею.

Основной же целью менеджмента выступает обеспечение гармоничного развития организации, то есть эффективного и согласованного функционирования всей совокупности внешних и внутренних её элементов.

Задача гармонизации по отношению к организации подразумевает эндогенный (внутренний) и экзогенный (внешний) аспекты.

Две основные группы факторов оказывают непосредственное влияние на содержание менеджмента. Ими являются:

* тенденция развития компании;
* специфические факторы развития экономической системы.

Таким образом, менеджментом является определенный способ моделирования и использования социально-экономических систем, в котором основное значение отводится эффективности распределения ресурсов.

Основной задачей любого менеджера является создание такой самоорганизующейся и устойчивой системы, которая будет развиваться и воспроизводиться при любых условиях.

Что касается управления, то им является целенаправленная человеческая деятельность, которая направлена на упорядочение процессов производства и труда. Другими словами, управление – более широкое понятие, нежели менеджмент, поскольку касается какой угодно сферы. Действительно, управлять, в отличие от менеджмента, который касается лишь управления людьми, можно чем угодно: автомобилем, базой данных, проектом, юридическим лицом.

С другой стороны, в современной науке управление часто противопоставляется менеджменту как некая устаревшая система.

Также, если какой-либо проект успешно функционирует, то ещё говорят о хорошо отлаженном менеджменте. Если же наблюдаются дефекты в реализации решений и на повестке дня стоит вопрос о необходимости срочного их устранения, то часто говорят о «ручном управлении».

Таким образом, сходства и различия этих двух понятий необходимо рассматривать в контексте конкретной ситуации. Профессиональные управленцы применяют набор инструментов, который максимально адекватен для конкретной ситуации. В первую очередь, управление опирается на практическую деятельность, в то время как в менеджменте приоритет отдается теоретическим основам.

У менеджмента и управления имеются существенные отличия в подходах к оценке качества труда, а также в методах распределения ресурсов. Менеджмент подразумевает применение научно обоснованных и прогрессивных методов воздействия на социально-экономические системы[[2]](#footnote-2).

Формы, методы и содержание менеджмента во многом зависят от иерархического уровня, на котором он осуществления в организации.

Общепринятой является классификация, при которой выделяют три иерархических уровня менеджмента: топ-менеджмент, менеджмент среднего звена и менеджмент низового звена.

Субъекты менеджмента – менеджеры, которые являются руководителями различного уровня. Занимая на постоянной основе определенную должность в организации, они наделены полномочиями принятия решений в определенных сферах деятельности фирмы[[3]](#footnote-3).

Категория «менеджер» применяется по отношению к:

* руководителям организаций;
* руководителям структурных подразделений компании, или, как ещё говорят, «центров прибыли»;
* организаторам каких-либо видов работ (или, как принято у нас называть, администраторов).

Видами менеджмента называются сферы управленческой деятельности, которые непосредственно связаны с решением определенных задач.

По объектам менеджмент классифицируют на общий и функциональный (рис. 1).

Назначение общего менеджмента (топ-менеджмента, генерального менеджмента) состоит в общем (стратегическом) управлении деятельностью организации или ее центров прибыли (самостоятельных структурных подразделений).

По своему содержанию менеджмент различают нормативный, оперативный и стратегический.

Нормативный менеджмент подразумевает:

- разработку и дальнейшую реализацию миссии организации;

- разработку предпринимательской политики;

- определение позиции организации в конкурентной рыночной нише;

- формирование стратегических направлений развития организации и т. д.

Стратегический менеджмент, как это видно из самого названия, подразумевает выработку стратегий, распределение их во времени, изучение потенциала успеха компании, а также обеспечение контроля за реализацией стратегий.

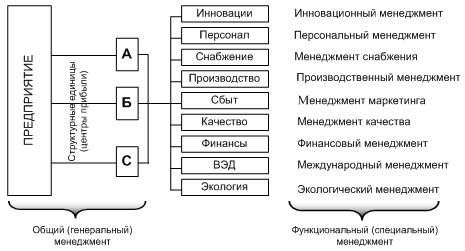


Рис. 1 – Объекты и виды менеджмента

Оперативным менеджментом предусматривается разработку конкретных тактических и оперативных мер, которые направлены уже на практическую реализацию стратегий[[4]](#footnote-4).

Методами менеджмента называется система процедур и правил решения разнообразных задач управления в целях обеспечения наиболее эффективного развития организации.

Принципами менеджмента принято считать наиболее общие закономерности, а также устойчивые требования, соблюдение которых помогает обеспечить эффективное развитие организации.

Возникновение менеджмента во многом связано с развитием компаний и экономических отношений, ростом количества работников компаний. В 19 веке случилась промышленная революция в Англии. В Америку ехали молодые перспективные люди в поисках себя, в поисках самореализации, новой жизни, карьеры. В итоге в Америке стали образовываться корпорации, глее требовались новые методы управления, а не только раздача команд.

Более сложные процессы организации деятельности привело к развитию технологий управления во всех сферах деятельности организации.

Можно выделить несколько видов менеджмента по направлениям деятельности: производственный, кадровый, административный, инновационный, информационный, финансовый, инвестиционный, экологический, маркетинг-менеджмент, PR – менеджмент.

## 1.2 Становление менеджмента в России на современном этапе

Важный фактор, который влияет на особенности менеджмента – это менталитет нации[[5]](#footnote-5). В каждой культуре он свой. Друкер отмечал, что следует принимать во внимание национальные особенности при внедрении менеджмента в организации.

Надо отметить, что в России было пройдено несколько этапов становления менеджмента .

На первом этапе, сразу после перестройки, было переведено много книг и пособий по теории менеджмента , в вузах стали обучать западным концепциям. Они постепенно стали внедряться на российских предприятиях. Тем не менее, часто не учитывались индивидуальные особенности трудового коллектива и преобразования встречали сопротивление. Либо внедренные технологии менеджмента быстро устаревали из-за быстрого изменения внешней среды и были неэффективными.

Так со временем пришло понимание, что при принятии западного опыта следует учитывать национальные особенности, а также тот факт, что в переходной экономике быстро меняются условия и нет стабильности. Поэтому цели и задачи компании, а также стили управления надо постоянно менять и трансформировать.

Еще одним путем становления менеджмента в России может стать концепция создания российской теории, которая основана на полном учете особенностей российской ментальности с применением мирового опыта управления.

Многие теоретики и практики считают, что российский менеджмент должен иметь свое содержание и формы, а также методы управления, которые соответствуют специфике русского менталитета[[6]](#footnote-6).

В условии рынка стоят такие вопросы как, конкурентоспособность и как руководству заботиться о производительности и росту участия управления.

Поэтому важно научиться и уметь проводить оценку уровня управления и возможности предприятия.

Поэтому важно улучшать менеджмент предприятия (рисунок 1).

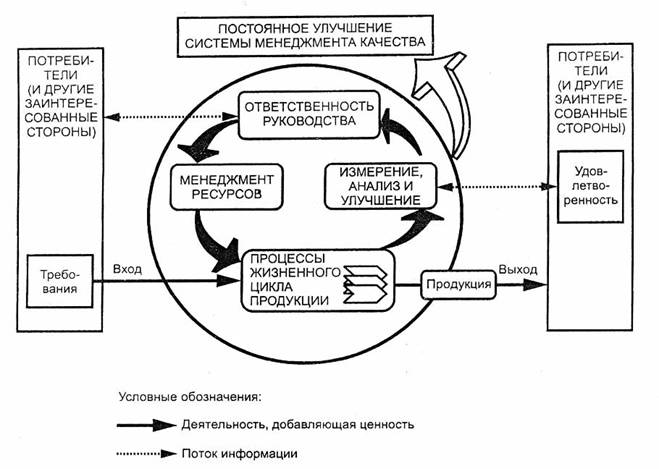


Рис. 1 Процесс менеджмента[[7]](#footnote-7)

Оптимальная последовательность построения системы управления бизнесом на основе российской теории менеджмента в России в конце ХХ века определялась, прежде всего, личностным характером российских компаний (по сравнению с «обезличенными» западными) и гораздо более важной и существенной ролью «первого лица» в структуре, корпоративной культуре и развитии российской компании по сравнению с западными.

Следует ассоциировать менеджмент не просто с западными технологиями, а с искусством управления, потому что в настоящее время организация – это сложная социально-техническая система, которая имеет много связей, а также национальную специфику. Помимо внутренних факторов, таких как управляемость коллектива его настрой, ценности, большое значение имеет внешняя среда. В России она очень изменчива, и применяя те или иные технологии следует это принимать во внимание.

При внедрении западных технологий следует понимать, что персонал, работающий в организациях, а также с организациями является главнейшим фактором. Учет данного фактора требует применение научного подхода и, более того, предполагает владение искусством его применения в конкретных ситуациях, поскольку каждый работник обладает своими уникальными особенностями, своей системой ценностей, мотивацией и т. д.

Современный менеджмент объединяет воедино науку и искусство управления в один процесс. В основе данного процесса лежит личностный талант профессиональных управленцев по использованию практических и научных знаний, а также непрерывно действующий механизм пополнения и обновления этих знаний[[8]](#footnote-8).

Суть данного непрерывного процесса, заключается, другими словами, в постоянном развитии качеств и способностей менеджеров, усилия которых направлены на достижение целей организации. Практическое использование менеджерами профессиональных знаний тесно связано с непрерывным взаимодействием с работниками, а также с созданием благоприятной среды (которую ещё называют организационная культура) для наиболее полного раскрытия потенциала последних.

## 1.3. Менеджмент на современном этапе

В наши дни развитие менеджмент в значительной мере подвержено влиянию двух стремительных тенденций – глобализации и интернационализации.

Интернационализация сопровождается ростом количества, а также емкости и географии рынков, на которых функционируют фирмы. Охватывая практически все мировое пространство интернационализация имеет вид дисперсной системы, состоящей из огромного множества мелких элементов, которые находится в однородной среде. Под этими следует понимать все многообразие сфер деятельности организаций, а также различные отрасли, виды товаров и услуг, которые реализуются в однородной экономической среде мировой экономики.

Что касается процесса глобализации, то для него характерно преобладание международных трансакций какой-либо организации над национальными[[9]](#footnote-9).

Глобализация – это, по сути, более высокий уровень интернационализации, подразумевающий функциональную интеграцию экономической деятельности в масштабах мировой экономики.

Глобализация – это вхождение в принципиально новую финансово-экономической активности организаций, основными признаками которой служат следующие:

- значительный рост прямых иностранных инвестиций;

- увеличение внутриэкономических уровней специализации и кооперации, а также вертикальной интеграции различных стадий производственных, маркетинговых, инвестиционных и других процессов в интернациональном масштабе;

- возрастание сложности процесса обеспечения ресурсами в результате слияний и поглощений компаний и т. д.

Обозначенные тенденции в значительной мере формируют основные особенности современной системы взглядов на менеджмент.

Основополагающие особенности современной системы взглядов на менеджмент заключаются в следующих принципиальных положениях.

Отказ от повсеместного господства управленческого рационализм классических школ менеджмента. Этот рационализм выражается в утверждении, что успех любой организации определяется исключительно рациональной организацией производства, минимизацией издержек, развитием кооперации и специализации, то есть, другими словами, воздействием преимущественно на внутреннюю среду.

В то же время, не отвергая положительных сторон управленческого рационализма, все чаще выдвигаются на первый план вопросы гибкости и адаптивности к постоянным изменениям внешней среды, которая характеризуется как совокупность переменных, которые находятся за пределами организации и не входят в сферу непосредственного управленческого воздействия. Это, в первую очередь, те люди и организации, которые связаны с организацией в силу выполняемых ими целей и задач.

К элементам внешней среды, таким образом следует, в первую очередь, отнести: поставщиков, потребителей, акционеров, кредиторов, конкурентов, а также профсоюзы, торговые организации, органы государственной власти и т. п.).

Имеет место также внешняя среда косвенного воздействия, которая предопределяет принятие управленческими структурами организации стратегически важных решений. К элементам внешней среды косвенного воздействия относятся

- государственная политика;

- законодательство;

- социально-экономическое и экологическое положение региона;

- географические и климатические особенности и т. п.

В связи с значительным усложнением всей системы общественных отношений значение факторов внешней среды непрерывно растет. Именно поэтому зачастую именно внешняя среда диктует стратегию и тактику современной организации.

# Глава 2. Анализ системы менеджмента на предприятии

## 2.1. Общая характеристика организации

**Заключение**

Современный менеджмент объединяет воедино науку и искусство управления в один процесс. В основе данного процесса лежит личностный талант профессиональных управленцев по использованию практических и научных знаний, а также непрерывно действующий механизм пополнения и обновления этих знаний[[10]](#footnote-10).

При этом важно понимать, что менеджмент может охватывать все аспекты деятельности компании. Для правильного управления человеческими ресурсами применяется кадровый менеджмент для планирования производства - производственный, для поиска новых путей эффективности – финансовый

Менеджмент не стоит не месте, а активно развивается в различных странах. В настоящее время, в век глобализации и развития ТНК идет процесс взаимопроникновения различных концепций, так в американских компаниях все чаще внедряются элементы японского менеджмента, в Европе все чаще применяется американская модель, в России в разных компаниях внедряются западные модели.

При этом следует понимать, что не бывает универсальных моделей, всегда их следует адаптировать к конкретным компаниям, учитывая специфику страны, внешнюю и внутреннюю среду.

Проанализировав зарубежный опыт применения инструментов маркетинга и менеджмента при формировании открытой коммуникационной стратегии можно сделать вывод, что на западе данные механизмы регламентированы и являются частью работы любой компании.

**Список использованной литературы**

1. Агеев А. С. Психология межгрупповых отношений. - Москва, 2010. -300с.
2. Агеев А. С., Грачев М. Организационная культура современной корпорации // Мировая экономика и международные отношения. – 2009-150с.
3. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. - М., 2011-410с.
4. Андреева Г. М. Социальная психология. - М., 2015-250с.
5. Ансар П. Современная социология //Социологические исследования. 2011. С. 135-143.
6. Ансофф И. Стратегическое управление. - М., 2010.-200с.
7. Атаманчук, Григорий Васильевич. Теория государственного управления : учебник / Г. В. Атаманчук. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2014. - 525 c.
8. Батурин, Владимир Кириллович. Общая теория управления : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Экономика" и "Менеджмент"] / В. К. Батурин. - М. : ЮНИТИ, 2015. - 487 c.
9. Бурганова, Лариса Агдасовна. Теория управления : учеб. пособие по специальности "Гос. и муниципальное право" : соответствует Федер. гос. образовательному стандарту 3-го поколения / Л. Бурганова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 160 c.
10. Бронникова Т. Маркетинг: теория, методика, практика.[Текст]/Бронникова Т. – М: Кнорус, 2015. - 347 с.
11. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент. М., 2012.-300с.
12. Бенвенисте Г. Овладение политикой планирования. - М., 2009.-200с.
13. Бизюкова И. В. Кадры: подбор и оценка. - М., 2015.-250с.
14. Вахрушев В. Принципы японского управления. М., 2010.-300с.
15. Вебер М. Избранные произведения. - М., 2009.-150с.
16. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика. М., 2011.-150с.
17. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Учебник для магистров. [Текст] / Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. - М:Юрайт, 2014 - 277 с
18. Голубков Е.П. Использование Интернета в маркетинге[Текст]/Голубков Е.П. // Маркетинг в России и за рубежом. №3, 2014, с. 18
19. Гайденко П. П. , Давыдов Ю. Н. История и рациональность. М. , 2012.-300с.
20. Гвишиани Д. М. Организация и управление. М., 2010.-450с.
21. Даниелс Дж. Д. , Радеба Л. Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. - М., 2011.-300с.
22. Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта //Социологические исследования. 2010. -300с.
23. Евенко Л. И., Организационные структуры управления промышленными корпорациями. М. , 2012.-300с.
24. Екатеринославский Ю. Н. Управленческие ситуации. Анализ и решения. - М., 2009.-100с.
25. Игнатов, Владимир Георгиевич. Теория управления : учеб. пособие / В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс [и др.], 2010. - 479 c.
26. Коробко, Владимир Иванович. Теория управления : [учеб. пособие для вузов по специальностям 080504 "Гос. и муницип. упр.", 080500 "Менеджмент организации"] / В. И. Коробко. - М. : ЮНИТИ, 2014. - 383 c.
27. Купряшин, Геннадий Львович. Теория и механизмы современного государственного управления : учеб. пособие / Г. Л. Купряшин, А. И. Соловьев ; Моск. гос. ун- т, Фак. гос. упр. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2015. - 642 c.
28. Зайцев А. К. Социальный конфликт на предприятии. Калуга, 2010.-200с.
29. Иванцевич Дж. М. , Лобанов А. А. Человеческие ресурсы управления. М., 2011-250с.
30. Кабаков В. С. , Пороховский И. М. , Зубов И. П. Менеджмент: проблемы, программа, решение. Л., 2011.-300с.
31. Ладанов И. Д. Практический менеджмент. Психотехника управления и самотренировки. - М., 2012.-200с.
32. Ламбен Ж-Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива. С. -Пб., 2011.-300с.
33. Мэйтланд Я. Руководство по управлению персоналом в малом бизнесе: Руководство Барклайз банк. - М., 2011.-300с.
34. Наумова Н. Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения. - М., 2012.-300с.
35. Собер М. А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. - М., 2009.-200с.
36. Старобинский Э. Е. Как управлять персоналом. - М., 2015.-300с.
37. Тейлор Ф. У. Менеджмент. - М., 2015.-180с.
38. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. М., 2014.-300с.

1. http://www.grandars.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Друкер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Учеб. пособие. / П. Ф. Друкер -М.: Изд. дом «Вильямс», 2010. - 272 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.aup.ru [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.elitarium.ru [↑](#footnote-ref-4)
5. Екатеринославский Ю. Н. Управленческие ситуации. Анализ и решения. - М., 2009.-С. 45 [↑](#footnote-ref-5)
6. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика. М., 2011.-С. 80 [↑](#footnote-ref-6)
7. См http://library.tuit.uz/skanir\_knigi/book/osnovi\_menejmenta\_2/glav\_1\_2.htm [↑](#footnote-ref-7)
8. http://www.alleng.ru [↑](#footnote-ref-8)
9. http://www.aup.ru [↑](#footnote-ref-9)
10. http://www.alleng.ru [↑](#footnote-ref-10)