

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»

## **МЕНЕДЖМЕНТ**

Методические указания к выполнению  
курсовой работы для студентов специальности  
1-27 01 01-16 «Экономика и организация производства  
(легкая промышленность)»

Витебск  
2013

УДК 658.01(075)

Менеджмент: методические указания к выполнению курсовой работы для студентов специальности 1-27 01 01-16 «Экономика и организация производства (легкая промышленность)»

Витебск: Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2013.

Составители: к.т.н., доц. Савицкая Т.Б.,  
д.э.н., проф. Ванкевич Е.В.,  
ст. преп. Коробова Е.Н.,  
ст. преп. Алексеева Е.А.

Методические указания являются руководством для выполнения курсовой работы по дисциплине «Менеджмент» специальности 1-27 01 01-16 «Экономика и организация на производстве (легкая промышленность)». Содержат рекомендации по структуре курсовой работы, приводится перечень основных тем и их содержание.

Одобрено кафедрой менеджмента УО «ВГТУ»  
Протокол № 9 от 20 февраля 2013 г.

Рецензент: ст. преп. Снетков С.М.  
Редактор: ст. преп. Бабеня И.Г.

Рекомендовано к опубликованию редакционно-издательским советом  
УО «ВГТУ» Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2013 г.

Ответственный за выпуск: Данилевич Т. А.

Учреждение образования  
«Витебский государственный технологический университет»

Подписано к печати \_\_\_\_\_ Формат \_\_\_\_\_ Уч.-изд. лист. \_\_\_\_\_  
Печать ризографическая. Тираж \_\_\_\_\_ экз. Заказ № \_\_\_\_\_ Цена \_\_\_\_\_

Отпечатано на ризографе учреждения образования «Витебский государственный технологический университет». Лицензия № 02330/0494384 от 16 марта 2009 г. 210035, г. Витебск, Московский пр., 72.

## СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие указания	4
2 Структура курсовой работы и требования к ее содержанию	5
3 Правила оформления курсовой работы	7
4 Тематика курсовых работ	8
5 Примерное содержание курсовой работы	10
6 Список рекомендуемой литературы	39

## ***1 ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ***

Учебным планом подготовки по специальности 1-27 01 01-16 «Экономика и организация производства (легкая промышленность)» предусмотрено выполнение курсовой работы по дисциплине «Менеджмент». Данная курсовая работа выполняется в процессе изучения теоретических и прикладных аспектов менеджмента организации, включающих основы теории организации, технологии менеджмента как единства его принципов, методов, функций, стратегического, инновационного, инвестиционного, финансового менеджмента, организационно-административных, экономических и социально-психологических аспектов, антикризисного управления и прочие.

Курсовая работа является важной частью подготовки специалиста, получающего квалификацию «Инженер-экономист», её результаты могут войти как составная часть в дипломную работу для организационно-управленческого обследования организаций и обоснования управленческих решений по реализации разрабатываемых в ней предположений и рекомендаций.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Менеджмент» способствует закреплению теоретических знаний по менеджменту, приобретению практических навыков и умений проводить организационно-управленческое обследование, диагностировать проблемы, выявлять уровень и место их появления в организации, разрабатывать обоснованные управленческие решения по их устранению (включая организационные, экономические и социально-психологические аспекты их реализации) с учетом знаний позитивного зарубежного опыта и особенностей отечественной бизнес-среды.

В ходе выполнения курсовой работы по «Менеджменту» студенту предоставляется возможность углубленно изучить одно из выбранных направлений в менеджменте, определиться с научной проблемой, которая будет исследоваться в ходе выполнения курсовой работы и, по желанию, в ходе дипломного проектирования.

В данных методических указаниях студенту предлагается на выбор 56 примерных тем курсовых работ (с рекомендуемым планом их выполнения и литературой). Свой выбор студент должен согласовать с научным руководителем курсовой работы. В ходе консультации уточняется тема курсовой работы и ее содержание, заполняется индивидуальное задание. Индивидуальное задание подписывается студентом, научным руководителем и утверждается заведующим кафедрой. Оно является неотъемлемой частью курсовой работы и располагается сразу после титульного листа, нумеруется с двух сторон.

## **2 СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ И ТРЕБОВАНИЯ К ЕЕ СОДЕРЖАНИЮ**

Структура курсовой работы должна обеспечить раскрытие избранной темы, ее отдельных вопросов, отражать логику исследования и внутреннее единство выполненной работы.

Курсовая работа должна содержать:

- титульный лист;
- индивидуальное задание;
- введение;
- основную часть работы (как правило, 3 главы);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

**Введение** – вступительная, начальная часть курсовой работы. В ней обосновывается актуальность выбранной темы исследования, цель и задачи исследования, объект и предмет исследования. При обосновании актуальности темы исследования следует указать причины, по которым необходимо проведение такого исследования (в теоретическом и прикладном аспектах), отразить важность решаемых вопросов для предприятий (организаций) Республики Беларусь, указать степень проработанности данной темы в трудах отечественных и зарубежных специалистов.

В качестве цели исследования отражается основной замысел работы в краткой и лаконичной формулировке. Цель – это конечный, желаемый результат выполнения курсовой работы. Цель должна быть логично взаимосвязана с формулировкой темы курсовой работы. Обычно формулируются одна цель работы и несколько задач, которые необходимо решить для достижения поставленной цели. Задачи – это предписания конкретных шагов по достижению цели, они должны быть отражены в названии глав курсовой работы.

Во введении определяются также объект и предмет исследования. Объект – это часть реального мира, которая исследуется в данной курсовой работе. Объектом может выступать предприятие (учреждение, организация), подотрасль, отрасль промышленности, национальная экономика в целом.

Предметом исследования является конкретный аспект функционирования объекта исследования.

**Основная часть** курсовой работы содержит обзор литературы по теме, изложение известных концепций, подходов, определений, предлагаемых методов оценки, расчета, их сравнительные характеристики, достоинства, недостатки, возможности и границы использования и пр. При написании теоретической части курсовой работы студент должен давать ссылки на авторов и источник, из которого он проводит ту или иную концепцию,

методику, определение; использование либо реферирование (т. е. краткое изложение) приводимой теории с обязательной ссылкой и указанием источника в списке используемой литературы.

Здесь также может быть отражен зарубежный опыт (как позитивный, так и негативный), возможности и границы его импортирования в отечественную практику. Целесообразно также рассмотреть отечественный опыт, отразить состояние предприятий легкой и текстильной промышленности Республики Беларусь. Для этого рекомендуется использовать данные статистических ежегодников Республики Беларусь и Витебской области за ряд лет, данные концерна «Беллепром», специализированных бюллетеней и пр.

Кроме того, целесообразно изучить существующую практику реализации изучаемой проблемы на отечественных предприятиях, в этих целях следует ознакомиться с периодическими изданиями Республики Беларусь, Российской Федерации.

При написании курсовой работы следует придерживаться научного стиля изложения материала, избегать эмоциональных и публицистических оценок. Каждый вывод, сделанный в ходе исследования, должен быть подкреплён либо логическими аргументами, либо цифрами.

В конце каждой главы должны быть сделаны краткие выводы, что позволяет четко сформулировать итоги каждого этапа работы, дает возможность оценить вклад каждого параграфа в реализацию задач курсовой работы и в достижение ее основной цели.

В **заключении** курсовой работы должны содержаться основные результаты и выводы по всем главам. Здесь уместны следующие выражения: «Таким образом, проведенное исследование позволило сделать следующие выводы: а) ...; б) ...; в) ...;» или «В ходе проведенного исследования получены следующие результаты: ...» и т. п. Важно, чтобы выводы глав работы, заключение и введение (цель и задачи исследования) соответствовали друг другу.

В конце курсовой работы приводится список использованной литературы, который оформляется в соответствии со стандартом.

Студентам предоставляется право выбора темы курсовой работы. Название тем носит ориентировочный характер. Окончательный вариант названия темы определяется после консультации с преподавателем. Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее исследования. Темы не должны дублировать друг друга (для охвата всей тематики курса).

Написание курсовой работы осуществляется под руководством преподавателя – руководителя работы. Руководство начинается с выдачи задания и продолжается в форме консультаций.

Студент во время консультаций уточняет круг вопросов, подлежащих изучению, составляет план исследования, определяет структуру работы, сроки выполнения ее этапов, необходимую литературу и другие материалы, а также устраняет недостатки в работе, на которые указывает руководитель.

Студенты заочного отделения выполняют работу на материалах предприятий (организаций, учреждений), где они работают или проходят практику. Студенты дневного обучения могут использовать материалы, собранные в период практики.

Выполненная студентом курсовая работа проверяется в срок до 10 дней руководителем работы. При оценке работы учитываются: содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и экономический). Одновременно отмечаются положительные стороны и недостатки работы, а в случае надобности указывается, что надлежит доработать. Руководитель делает вывод, может ли работа быть допущена к защите.

Работа после проверки выдается студенту для ознакомления и возможного исправления. Если же курсовая работа по заключению руководителя является неудовлетворительной и подлежит переработке, то после исправления она отправляется на повторную проверку.

Защита курсовой производится на заседании специальной комиссии, состоящей из двух-трех человек, один из которых – руководитель курсовой работы. Состав комиссии утверждается заведующим кафедрой. Курсовая работа должна быть защищена до начала экзаменационной сессии. На защите студент обязан кратко изложить содержание работы, дать исчерпывающие ответы на замечания рецензента и вопросы членов комиссии. Окончательная оценка курсовой работы выставляется комиссией по итогам защиты и качеству выполненной работы.

### ***3 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ***

Правила оформления курсовой работы определены в «Методических указаниях по выполнению и оформлению дипломных работ студентов экономических специальностей» (Витебск, УО «ВГТУ», 2008 г.), стр. 18 – 41 и являются единым для оформления всех курсовых работ в ходе обучения.

#### **4 ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

1. Школа научного управления в менеджменте: теоретические основы и их использование в современной практике.
2. Классическая школа в менеджменте: основные положения и их актуальность в современных условиях.
3. Школа «человеческих отношений» в менеджменте: основные положения и их актуальность в современных условиях.
4. Системная методология в управленческой науке и практике.
5. Американская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможность использования в Республике Беларусь.
6. Японская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможность использования в Республике Беларусь.
7. Западноевропейская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможность использования в Республике Беларусь.
8. Внешняя среда менеджмента в организации и задачи управляющего.
9. Исследование внешней среды организаций Республики Беларусь.
10. Внутренняя среда организации и задачи менеджмента.
11. Система принципов и методов в менеджменте: взаимосвязь, развитие, использование в организациях Республики Беларусь.
12. Планирование как функция менеджмента.
13. Организационная деятельность в менеджменте: сущность и инструментарий реализации.
14. Развитие организационных структур управления предприятий: причины и основные направления.
15. Реструктуризация организаций как форма их адаптации во внешней среде.
16. Организационная культура: сущность, значения и направления формирования в Республике Беларусь.
17. Мотивация в механизме менеджмента.
18. Система мотивации и вознаграждения в организации, оценка ее эффективности.
19. Контроль как функция менеджмента.
20. Принятие и реализация управленческих решений.
21. Управление коммуникациями в организации.
22. Маркетинг как функция менеджмента и исходный этап внутрифирменного планирования.
23. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в менеджменте.
24. Брендинг в современном менеджменте: теоретические основы и их использование в отечественной практике.
25. Теоретические и прикладные аспекты управления конфликтами и стрессами в организации.
26. Теоретические и прикладные основы лидерства в менеджменте.
27. Формирование корпоративных стратегий в менеджменте.



28. Стратегическое управление организацией.
29. Стратегический анализ внешней среды организации.
30. Анализ портфеля бизнесов и формирование портфельной стратегии организации.
31. Комплексный анализ среды и разработка стратегии организации.
32. Конкурентная стратегия организации и процесс ее разработки.
33. Маркетинговая стратегия организации и процесс ее разработки.
34. Управление стратегическими изменениями в организации.
35. Стратегический контроль деятельности организации.
36. Структурное построение организации, оценка эффективности и направления совершенствования.
37. Информационное обеспечение системы управления организацией и ее совершенствование.
38. Организационные изменения и развитие: сущность, направления и формы.
39. Управление конкурентоспособностью организации.
40. Экономический механизм менеджмента организации.
41. Внутрифирменное планирование в организации и его совершенствование.
42. Управленческий персонал организации и его совершенствование.
43. Социально-психологические аспекты управления организацией.
44. Управление внешнеэкономической деятельностью организации.
45. Управления сбытом и сбытовая политика организации.
46. Управление процессами становления и развития малого бизнеса в Республике Беларусь.
47. Управление рекламной деятельностью организации.
48. Управление конкурентоспособностью продукции в организациях РБ.
49. Инновационный потенциал современной организации: направления оценки и развития.
50. Управление инвестиционной политикой организации.
51. Формирование и развитие корпоративной социальной ответственности в организации.
52. Исследование организационной структуры управления организации.
53. Проектирование структуры организации (службы, отдела).
54. Проектирование (совершенствование) взаимоотношений подразделений предприятия с внешними организациями.
55. Анализ и оценка эффективности системы управления организации.
56. Анализ организационного потенциала организации и задачи управления организацией.

## **5 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

### **5.1 Школа научного управления в менеджменте: теоретические основы и их исследование в современной практике**

Введение

- 1 Ф.Тейлор – основоположник школы научного управления в менеджменте
- 1.1 Ф.Тейлор и его концепция
- 1.2 Основные положения школы научного управления
- 2 Развитие основных положений Ф.Тейлора в трудах его последователей
- 2.1 Исследования Ф. и Л. Гилбреттов, их результаты
- 2.2 Вклад Г. Ганта в развитие школы научного управления
- 2.3 Принципы производительности Г. Эмерсона
- 3 Использование основных положений школы научного управления в современном менеджменте
- 3.1 Организация труда на современных предприятиях, ее задачи и формы
- 3.2 Нормирование труда в современных условиях
- 3.3 Передовой опыт организации и нормирования труда, возможность его использования на предприятиях Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### **5.2 Классическая школа в менеджменте: основные положения и их актуальность в современных условиях**

Введение

- 1 Основные положения концепции А. Файоля
- 1.1 Общая характеристика классической школы
- 1.2 Выделение основных функций управления
- 1.3 Принципы управления А. Файоля
- 2 Развитие концепции А. Файоля в трудах его последователей
- 2.1 Л.Ф. Урвик и его работа «Элементы организации»
- 2.2 Концепция рациональной бюрократии М.Вебера
- 3 Использование основных положений классической школы в современном менеджменте
- 3.1 Основные функции менеджмента и их реализация
- 3.2 Реализация принципов управления А. Файоля в современном менеджменте
- 3.3 Эволюция бюрократических структур управления: причины и основные направления

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.3 Школа «человеческих отношений» в менеджменте: основные положения и их актуальность в современных условиях***

Введение

- 1 Объективность возникновения и развития школы «человеческих отношений»
  - 1.1 Возрастание значимости человеческого капитала в эффективном развитии организации
  - 1.2 Человек и его поведение – основа школы «человеческих отношений»
  - 1.3 Содержание и основные результаты хоторнских экспериментов
- 2 Развитие положений школы «человеческих отношений» в течение XX века и в начале XXI века
  - 2.1 Основные положения теории Ф. Витке
  - 2.2 Формальные и неформальные организации Ч. Бернарда
  - 2.3 Д. Мак Грегор и человеческая сторона предприятия
  - 2.4 А. Маслоу и иерархия потребностей
  - 2.5 Теория Z – организации У. Оучи
- 3 Актуальность и применимость рекомендаций школы «человеческих отношений» в практике управления организациями Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.4 Системная методология в управленческой науке и практике***

Введение

- 1 Теоретические предпосылки возникновения системного подхода в менеджменте
  - 1.1 Теория систем Л. фон Берталанфи
  - 1.2 Ограниченность традиционных школ в менеджменте
- 2 Основные положения системной методологии
  - 2.1 Эволюция понятия «система»
  - 2.2 Системный подход и системный анализ
  - 2.3 Иерархия и классификация систем
  - 2.4 Общие свойства систем
  - 2.5 Системные связи и системное поведение
- 3 Использование системной методологии в практике современного менеджмента
  - 3.1 Организация как открытая система
  - 3.2 Организация как социотехническая система
  - 3.3 Системный подход в организационном проектировании

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ***5.5 Американская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможности использования в Республике Беларусь***

Введение

- 1 Теоретико-методологические истоки формирования современного американского менеджмента
  - 1.1 Исторические предпосылки формирования американской системы менеджмента
  - 1.2 Концепция Ф. Тейлора и его последователей
  - 1.3 Концепция Э. Мэйо и использование его положений в современном менеджменте
  - 1.4 Концепции Ч. Барнарда и ее вклад в формирование современного американского менеджмента
- 2 Современные концепции американской системы менеджмента
  - 2.1 П. Друкер и его научно-практическое наследие
  - 2.2 И. Ансофф и его вклад в развитие американской системы менеджмента
  - 2.3 Дж. О'Шоннеси и его принципы эффективного управления
- 3 Основные уроки американской системы менеджмента и возможность их использования в практике управления организациями Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ***5.6 Японская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможности использования в Республике Беларусь***

Введение

- 1 Ориентация на человеческий фактор – основная характеристика японской системы менеджмента
  - 1.1 Мотивирование труда в японской системе менеджмента
  - 1.2 Культивирование корпоративного духа фирмы
  - 1.3 Особенности японского стиля руководства
- 2 Особенности управления производством в японской системе менеджмента
  - 2.1 Метод «канбан»
  - 2.2 Управление качеством
  - 2.3 Метод автономных рабочих групп
  - 2.4 Информатизация производства
- 3 Уроки японского менеджмента и возможность их использования в практике управления организациями Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ***5.7 Западноевропейская система менеджмента: сущность, позитивный опыт, возможности использования в Республике Беларусь***

### Введение

- 1 Становление западноевропейской системы менеджмента
  - 1.1 Теоретическое наследие А. Файоля
  - 1.2 Теория рациональной бюрократии М. Вебера
  - 1.3 Развитие системного подхода
- 2 Современная западноевропейская система менеджмента и практика управления ведущими корпорациями
  - 2.1 Проблемы организационной реструктуризации в западноевропейском менеджменте
  - 2.2 Вопросы социальной ответственности бизнеса и управления персоналом
  - 2.3 Стратегическое управление в западноевропейском менеджменте
- 3 Основные уроки западноевропейской системы менеджмента и возможность их использования в практике управления организациями Республики Беларусь

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.8 Внешняя среда организации и задачи управляющего***

### Введение

- 1 Значение и структура внешней среды организации
  - 1.1 Значение и основные характеристики внешней среды организации
  - 1.2 Основные составляющие среды прямого действия
  - 1.3 Среда косвенного действия и ее элементы
- 2 Методы изучения внешней среды организации
  - 2.1 SWOT–анализ
  - 2.2 Матричные методы изучения внешней среды
  - 2.3 PEST–анализ
  - 2.4 Использование экспертных методов в анализе и оценке внешней среды
- 3 Современные тенденции развития внешней среды организаций в Республике Беларусь и задачи менеджмента
  - 3.1 Экономическая среда деятельности организаций
  - 3.2 Социально-демографические факторы
  - 3.3 Влияние международного окружения
  - 3.4 Основные направления адаптации белорусских организаций к изменениям внешней среды

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.9 Исследование внешней среды организаций Республики Беларусь***

### Введение

- 1 Внешняя среда: понятие, факторы, методы анализа
  - 1.1 Понятие и значение внешней среды
  - 1.2 Факторы среды прямого воздействия
  - 1.3 Факторы среды косвенного воздействия
  - 1.4 Методы анализа внешней среды
- 2 Исследование внешней среды предприятия (организации)
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации (предприятия)
  - 2.2 Анализ поставщиков
  - 2.3 Анализ конкурентов
  - 2.4 Анализ потребителей
  - 2.5 Анализ влияния факторов косвенного воздействия на элементы внутренней среды
- 3 Основные направления по совершенствованию механизма адаптации к изменениям внешней среды белорусских предприятий

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.10 Внутренняя среда организации и задачи менеджмента***

### Введение

- 1 Понятие и структура внутренней среды организации
  - 1.1 Сущность и характеристики внутренней среды организации
  - 1.2 Основные переменные внутренней среды организации
- 2 Направления исследования отдельных составляющих внутренней среды организации Республики Беларусь
  - 2.1 Оценка финансово-экономического состояния белорусских предприятий
  - 2.2 Исследование стратегического потенциала предприятий
  - 2.3 Оценка трудовых ресурсов
  - 2.4 Оценка организационных структур управления
- 3 Основные направления адаптации переменных внутренней среды организации Республики Беларусь
  - 3.1 Поиск конкурентных преимуществ и выбор стратегии развития
  - 3.2 Реструктуризация
  - 3.3 Финансовая стабилизация
  - 3.4 Активизация маркетинговой функции
  - 3.5 Активизация кадровой функции

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.11 Система принципов и методов в менеджменте: взаимосвязь, развитие, использование в организациях Республики Беларусь***

### Введение

- 1 Объективность и универсальность принципов менеджмента. Основные принципы менеджмента
  - 1.1 Характеристика принципов менеджмента
  - 1.2 Эволюция взглядов на принципы эффективного управления организацией (принципы управления Ф. Тейлора, Г. Эмерсона, А. Файоля, др.)
  - 1.3 Основные принципы менеджмента
- 2 Система методов менеджмента
  - 2.1 Характеристика организационно-административных методов менеджмента
  - 2.2 Экономические методы менеджмента
  - 2.3 Социально-психологические методы менеджмента
  - 2.4 Самоуправление
- 3 Реализация принципов и методов современного менеджмента в организациях Республики Беларусь
  - 3.1 Экономический механизм менеджмента
  - 3.2 Использование основных принципов управления в отечественных организациях
  - 3.3 Социальная ответственность бизнеса и ее реализация в отечественной практике

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.12 Планирование как функция менеджмента***

### Введение

- 1 Роль и место планирования в общей концепции управленческой деятельности
  - 1.1 Сущность планирования
  - 1.2 Виды управленческих работ в планировании
  - 1.3 Принципы и методы планирования
- 2 Стратегическое и оперативное планирование в менеджменте
  - 2.1 Содержание стратегического плана и этапы его разработки
  - 2.2 Виды стратегии развития и факторы, определяющие их выбор
  - 2.3 Проблемы организации стратегического планирования в отечественном менеджменте
  - 2.4 Содержание, задачи, этапы и виды оперативного планирования
- 3 Бизнес-планирование в менеджменте
  - 3.1 Бизнес-план предприятия, его функции и назначение
  - 3.2 Структура бизнес-плана предприятия и содержание его основных разделов

### Заключение

Список использованных источников  
Приложения

### ***5.13 Организационная деятельность в менеджменте: сущность и инструментарий реализации***

Введение

- 1 Теоретические основы организационной деятельности
  - 1.1 Сущность организационной деятельности
  - 1.2 Разработка основ организационной деятельности в трудах представителей административной школы и их последователей
  - 1.3 Основные направления организационной деятельности
- 2 Организация системы полномочий
  - 2.1 Делегирование полномочий и распределение ответственности
  - 2.2 Сущность и виды полномочий в организации, проблемы их эффективного распределения
  - 2.3 Нормы управляемости: понятие, подходы к определению их оптимального размера
- 3 Формирование и развитие организационных структур управления предприятием
  - 3.1 Сущность и виды организационных структур управления
  - 3.2 Основные принципы построения организационных структур управления
  - 3.3 Необходимость и направления развития организационных структур управления на предприятиях Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников  
Приложения

### ***5.14 Развитие организационных структур управления предприятий: принципы и основные направления развития***

Введение

- 1 Теоретико-методологические основы развития организационных структур управления
  - 1.1 Сущность и основные виды организационных структур управления
  - 1.2 Объективная необходимость развития организационных структур управления в современных условиях, причины их корректировки
- 2 Организация и содержание работ по совершенствованию организационных структур управления
  - 2.1 Значение, задачи и принципы организационного проектирования
  - 2.2 Методы проектирования оргструктуры и оценка их эффективности
  - 2.3 Этапы и методы реорганизации
- 3 Основные направления развития организационных структур в современном менеджменте



- 3.1 Необходимость и пути перехода от рациональной бюрократии М. Вебера к органическим структурам
- 3.2 Формы организации малых предприятий и направления их сотрудничества с крупными
- 3.3 Развитие интеграционных связей между организациями
- 3.4 Основные свойства организации будущего

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.15 Реструктуризация организаций как форма их адаптации во внешней среде***

Введение

- 1 Концептуальные основы реструктуризации
  - 1.1 Изменения внешней среды как основы реструктуризации
  - 1.2 Сущность и виды реструктуризации
  - 1.3 Особенности реструктуризации на различных этапах антикризисного управления
- 2 Основные направления реструктуризации
  - 2.1 Преобразование организационной стратегии
  - 2.2 Преобразование структуры управления
  - 2.3 Финансовая реструктуризация
- 3 Механизм осуществления реструктуризации
  - 3.1 Инструменты и методы принятия решений по реструктуризации
  - 3.2 Решение социальных вопросов в процессе реструктуризации
  - 3.3 Технология разработки проекта реструктуризации и условий ее осуществления

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.16 Организационная культура: сущность, значение и направления формирования в Республике Беларусь***

Введение

- 1 Теоретические основы организационной культуры
  - 1.1 Понятия и элементы организационной культуры
  - 1.2 Типы организационной культуры
  - 1.3 Функции организационной культуры
- 2 Методы формирования организационной культуры
  - 2.1 Роль лидера в формировании организационной культуры
  - 2.2 Основные мероприятия по формированию организационной культуры
  - 2.3 Диагностика организационной культуры

- 3 Исследования влияния национальных систем менеджмента на культуру организации
  - 3.1 Особенности организационной культуры организаций в Японии
  - 3.2 Основные характеристики организационной культуры в американском менеджменте
  - 3.3 Становление и развитие организационной культуры в организациях Республики Беларусь
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.17 Мотивация в механизме менеджмента***

- Введение
- 1 Теоретические основы мотивации
  - 1.1 Место мотивации в общем механизме менеджмента
  - 1.2 Мотив, стимул как управленческие категории
  - 1.3 Закон результата Лоуренса–Лорша и его значение в мотивации
  - 2 Содержательные теории мотивации и их значение в менеджменте
  - 2.1 Иерархия потребностей А. Маслоу
  - 2.2 Теория потребностей Д. Мак Клелланда
  - 2.3 Двухфакторная модель Ф. Гецберга
  - 3 Процессуальные теории мотивации и их значение в менеджменте
  - 3.1 Теория ожиданий
  - 3.2 Теория справедливости
  - 3.3 Модель Портера–Лоулера
  - 3.4 Комплексные теории мотивации
  - 4 Особенности мотивации в организациях Республики Беларусь
  - 4.1 Заработная плата и премирование как основная форма мотивации
  - 4.2 Особенность использования зарубежных теорий мотивации в практике отечественных организаций
  - 4.3 Роль нематериальных мотивов в отечественном менеджменте
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.18 Система мотивации и вознаграждения в организации, оценка ее эффективности***

- Введение
- 1 Система мотивации вознаграждения в организации
  - 1.1 Сущность и значение мотивации и вознаграждения
  - 1.2 Процессуальные теории мотивации
  - 1.3 Содержательные теории мотивации

- 1.4 Подходы к оценке эффективности мотивации
  - 1.5 Особенности мотивационного менеджмента в Республике Беларусь
  - 2 Анализ системы мотивации и вознаграждения организации
    - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации (предприятия)
    - 2.2 Анализ заработной платы
    - 2.3 Анализ положения о премировании
    - 2.4 Оценка эффективности системы мотивации и вознаграждения
  - 3 Основные направления совершенствования системы мотивации и вознаграждения в организации
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.19 Контроль как функция менеджмента***

- Введение
- 1 Теоретические основы контроля в менеджменте
    - 1.1 Необходимость и сущность контроля в менеджменте
    - 1.2 Основные виды контроля и их задачи
  - 2 Организация процесса контроля
    - 2.1 Этапы процесса контроля и их задачи
    - 2.2 Учет поведенческих аспектов в организации процесса контроля
  - 3 Современные формы организации контроля в менеджменте и механизмы их реализации
    - 3.1 Мониторинг
    - 3.2 Контроллинг
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.20 Принятие и реализация управленческих решений***

- Введение
- 1 Теория управленческого решения
    - 1.1 Сущность и принципы принятия управленческих решений
    - 1.2 Виды управленческих решений
    - 1.3 Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений
  - 2 Этапы рационального принятия решений
    - 2.1 Выработка цели принятия решения
    - 2.2 Проведение комплексной диагностики ситуации и определение проблемы
    - 2.3 Поиск, оценка и выбор альтернатив
    - 2.4 Принятие решения и организация его исполнения
    - 2.5 Контроль за реализацией управленческого решения

- 3 Модели и методы принятия управленческих решений и их использования в отечественном менеджменте
  - 3.1 Основные методы принятия управленческих решений
  - 3.2 Моделирование в принятии решений
  - 3.3 Использование экономического и статистического анализа при принятии управленческих решений в организациях Республики Беларусь
  - 4 Определение эффективности принимаемых решений
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.21 Управление коммуникациями в организации***

Введение

- 1 Коммуникационный и информационный процессы в организации
  - 1.1 Сущность и значение коммуникаций в менеджменте
  - 1.2 Виды коммуникаций и элементы коммуникационного процесса
  - 1.3 Внутрифирменная система информации
  - 2 Организация эффективного коммуникационного и информационного процесса
  - 2.1 Этапы организации коммуникационного процесса и их задачи
  - 2.2 Преграды в организационных коммуникациях и их преодоление
  - 2.3 Технология информационной деятельности и аппарат управления ею в организации
  - 3 Формы развития межорганизационных коммуникаций в современном менеджменте и их использование на предприятиях Республики Беларусь
  - 3.1 Основные направления развития PR
  - 3.2 Брендинг в зарубежном и отечественном менеджменте
  - 3.3 Презентации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.22 Маркетинг как функция менеджмента и исходный этап внутрифирменного планирования***

Введение

- 1 Теоретические основы маркетинга
- 1.1 Сущность маркетинга, его принципы и функции
- 1.2 Развитие маркетинговой деятельности организации
- 1.3 Содержание маркетинга как специальной функции управления
- 2 Технологии маркетинговой деятельности организации
- 2.1 Маркетинговые исследования

- 2.2 Разработка маркетинговых программ
- 2.3 Система формирования спроса и стимулирования сбыта
- 3 Маркетинг как предплановая деятельность организации производства
- 3.1 Разработка товаров рыночной новизны и обновления ассортимента выпускаемой продукции
- 3.2 Особенности планирования производства продукции на основе маркетинговых исследований
- 3.3 Планирование сбыта продукции на основе маркетинговых исследований
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.23 Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в менеджменте***

Введение

- 1 Теоретические аспекты качества и конкурентоспособности продукции
- 1.1 Сущность качества продукции и ее значение. Основные показатели качества
- 1.2 Понятие конкурентоспособности продукции и направления ее оценки
- 2 Организационно-экономический механизм управления качеством продукции на предприятиях
- 2.1 Организация технического контроля качества продукции на предприятии, его формы и назначение
- 2.2 Системы управления качеством продукции (ИСО серии 9000, 12000)
- 2.3 Сертификация продукции
- 3 Методы определения конкурентоспособности продукции и пути ее повышения на предприятиях Республики Беларусь
- 3.1 Методы определения конкурентоспособности продукции
- 3.2 Пути повышения конкурентоспособности продукции предприятий Республики Беларусь

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.24 Брендинг в современном менеджменте: теоретические основы и их использование в отечественной практике***

Введение

- 1 Концептуальные основы брендинга
- 1.1 Сущность бренда
- 1.2 Составляющие элементы бренда
- 1.3 Классификация брендов
- 2 Основные этапы создания бренда и оценки его результативности

- 2.1 Этапы разработки и продвижения бренда
  - 2.2 Методы оценки бренда организации и его узнаваемости
  - 3 Особенности брендинга и необходимость его развития в организациях Республики Беларусь
  - 3.1 Зарубежный опыт брендинга и возможности его использования в отечественной практике
  - 3.2 Проблемы и перспективы белорусского брендинга
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.25 Теоретические и прикладные аспекты управления конфликтами и стрессами в организации***

Введение

- 1 Конфликты в организации: сущность, типы, причины, последствия
- 1.1 Природа конфликта в организации, составляющие конфликта
- 1.2 Типы конфликтов
- 1.3 Причины конфликтов
- 1.4 Функции конфликтов в организации и их последствия
- 1.5 Социальная напряженность в коллективе: понятие, причины, проблемы оценки
- 2 Методы управления конфликтами в организации
- 2.1 Внутриличностные методы
- 2.2 Организационные меры
- 2.3 Межличностные методы и стили поведения в конфликте
- 2.4 Переговоры
- 2.5 Организационно-правовые основы разрешения коллективных трудовых споров (конфликтов) в Республике Беларусь и практика их разрешения
- 3 Управление стрессами в организации
- 3.1 Понятие и причины стресса
- 3.2 Методы преодоления стресса, уменьшения его негативных последствий и профилактики

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.26 Теоретические и прикладные основы лидерства в менеджменте***

Введение

- 1 Теоретические основы лидерства
- 1.1 Сущность лидерства
- 1.2 Поведенческие теории лидерства
- 1.3 Управленческая решетка Дж. Блейка – Р. Моутон, характеристика стилей

лидерства в ней

- 2 Ситуационные модели лидерства
  - 2.1 Модели ситуационного лидерства Ф. Фидлера
  - 2.2 Теория П. Херси – К. Бланшера
  - 2.3 Модель принятия решений Врума – Иеттона и выбор стиля лидерства в ней
  - 3 Практические аспекты лидерства в менеджменте
  - 3.1 Факторы выбора стиля лидерства и оценка его эффективности
  - 3.2 Основные типы лидеров и их характеристики
  - 3.3 Влияние лидерского потенциала руководителя на эффективность организации
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.27 Формирование корпоративных стратегий в менеджменте***

Введение

- 1 Стратегия организации: сущность, структура, факторы выбора
  - 1.1 Сущность стратегии организации, ее отличительные характеристики
  - 1.2 Классификация стратегий и факторы, обуславливающие их выбор
  - 2 Разработка миссии и целей организации
  - 2.1 Понятие миссии и ее роль в формировании целей
  - 2.2 Процедура разработки миссии и требования к ее формулировке
  - 2.3 Классификация целей организации
  - 3 Конкурентные преимущества организации – основа формирования ее стратегии
  - 3.1 Понятие конкурентного преимущества
  - 3.2 Методики выделения конкурентных преимуществ организации
  - 3.3 Анализ конкурентной среды предприятий легкой промышленности Республики Беларусь
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.28 Стратегическое управление организацией***

Введение

- 1 Теоретические основы стратегического управления организацией
- 1.1 Сущность и назначение стратегического управления организацией
- 1.2 Процесс стратегического управления организацией
- 1.3 Сущность и особенности стратегических решений в организации
- 2 Анализ стратегического управления в организации
- 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности

- 2.2 Анализ реализации функции стратегического планирования в организации
  - 2.3 Анализ информационного и методического обеспечения стратегического управления в организации
  - 2.4 Анализ миссии, целей и стратегии развития организации
  - 2.5 Анализ инструментов реализации и контроля стратегии
  - 3 Направления совершенствования стратегического управления в организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.29 Стратегический анализ внешней среды организации***

- Введение
- 1 Методологические основы стратегического анализа внешней среды организации
    - 1.1 Сущность, назначение и объекты стратегического анализа внешней среды
    - 1.2 Анализ факторов макроокружения организации
    - 1.3 Анализ отрасли
    - 1.4 Анализ факторов микроокружения организации
  - 2 Стратегический анализ внешней среды (организации)
    - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
    - 2.2 Оценка состояния факторов внешней среды организации
    - 2.3 Анализ методов и инструментов стратегического анализа в организации
    - 2.4 Оценка влияния результатов анализа внешней среды на стратегию организации
  - 3 Направления совершенствования стратегического анализа внешней среды в организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.30 Анализ портфеля бизнесов и формирование портфельной стратегии организации***

- Введение
- 1 Теоретические основы анализа портфеля бизнесов организации
    - 1.1 Сущность, назначение и методика анализа портфеля бизнесов
    - 1.2 Структурирование портфеля бизнесов организации
    - 1.3 Инструменты и приемы портфельного анализа
    - 1.4 Формирование сбалансированного бизнес-портфеля на перспективу
  - 2 Анализ портфеля бизнесов организации
    - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее



хозяйственной деятельности

- 2.2 Анализ состава и структуры портфеля бизнесов организации
  - 2.3 Анализ портфеля бизнесов организации на основе матричных методов
  - 3 Формирование портфельной стратегии организации
  - 3.1 Разработка портфельной стратегии организации
  - 3.2 Рекомендации по поддержанию сбалансированного портфеля бизнесов на перспективу
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.31 Комплексный анализ среды и разработка стратегии организации***

Введение

- 1 Теоретические основы анализа среды организации
  - 1.1 Сущность, назначение и задачи анализа среды организации
  - 1.2 Анализ внешней среды организации
  - 1.3 Управленческое обследование внутренней среды организации
  - 1.4 Комплексный анализ среды и разработка направлений развития организации
  - 2 Анализ среды организации
  - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
  - 2.2 Анализ факторов внешней среды организации
  - 2.3 Анализ факторов внутренней среды организации
  - 2.4 Комплексный анализ среды организации
  - 3 Разработка направлений стратегического развития организации
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.32 Маркетинговая стратегия организации и процесс ее разработки***

Введение

- 1 Сущность и значение стратегии в управлении организацией
- 1.1 Понятие и виды стратегий
- 1.2 Эволюция стратегического подхода к управлению
- 1.3 Процесс разработки маркетинговой стратегии в организации
- 1.4 Управление реализацией стратегии
- 2 Анализ процесса разработки и реализации маркетинговой стратегии в организации
- 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
- 2.2 Анализ процесса разработки маркетинговой стратегии в организации

- 2.3 Исследование управления реализацией маркетинговой стратегии в организации
- 3 Совершенствование процессов разработки и реализации стратегии в организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.33 Конкурентная стратегия организации и процесс ее разработки***

Введение

- 1 Выбор конкурентной стратегии организации
  - 1.1 Понятие и разновидности конкурентных стратегий
  - 1.2 Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации, их роль в разработке конкурентной стратегии
  - 1.3 Факторы выбора конкурентной стратегии организации
  - 1.4 Риски, связанные с выбором и реализацией конкурентной стратегии организации
- 2 Анализ конкурентной среды и конкурентоспособности организации
  - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
  - 2.2 Анализ конкурентной среды в отрасли
  - 2.3 Анализ тенденций спроса и конъюнктуры рынка продукции (услуг)
  - 2.4 Анализ конкурентных преимуществ и конкурентоспособности организации
- 3 Формирование конкурентной стратегии организации
  - 3.1 Обоснование выбора конкурентной стратегии организации
  - 3.2 Рекомендации по реализации конкурентной стратегии организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.34 Управление стратегическими изменениями в организации***

Введение

- 1 Управление стратегическими изменениями в организации
  - 1.1 Сущность и предпосылки стратегических изменений в организации
  - 1.2 Типы стратегических изменений и подходы к их реализации
  - 1.3 Стратегии осуществления изменений в организации
  - 1.4 Проблемы управления стратегическими изменениями и способы их преодоления
- 2 Оценка необходимости стратегических изменений в организации
  - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
  - 2.2 Анализ стратегии развития организации

- 2.3 Анализ состояния факторов внутренней среды организации
  - 2.4 Оценка соответствия внутренних переменных организации выбранной стратегии
  - 3 Рекомендации по проведению стратегических изменений в организации
  - 3.1 Разработка комплекса стратегических изменений в организации
  - 3.2 Обоснование выбора стратегии проведения организационных изменений в организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.35 Стратегический контроль деятельности организации***

- Введение
- 1 Теоретические основы стратегического контроля в организации
  - 1.1 Сущность и назначение стратегического контроля деятельности организации
  - 1.2 Инструменты стратегического контроля деятельности организации
  - 1.3 Стратегический контроллинг
  - 2 Анализ системы стратегического контроля в организации
  - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
  - 2.2 Анализ методов и инструментов стратегического контроля деятельности организации
  - 2.3 Анализ результатов стратегического контроля деятельности организации
  - 3 Совершенствование системы стратегического контроля в организации
  - 3.1 Разработка сбалансированной системы показателей для организации
  - 3.2 Разработка корректирующих мероприятий по результатам стратегического контроля организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

### ***5.36 Структурное построение организации, оценка эффективности и направления совершенствования***

- Введение
- 1 Организационная структура управления: назначение, оценка и проблемы построения
  - 1.1 Организационная структура управления: сущность и назначение
  - 1.2 Виды организационных структур, их достоинства и недостатки, область применения
  - 1.3 Методика анализа организационной структуры
  - 1.4 Оценка эффективности организационной структуры
  - 2 Анализ структурного построения организации (предприятия)

- 2.1 Краткая характеристика деятельности организации (предприятия)
- 2.2 Анализ распределения функций управления между подразделениями
- 2.3 Анализ норм управляемости
- 2.4 Оценка эффективности организационной структуры управления
- 3 Направления совершенствования организационной структуры управления
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.37 Информационное обеспечение системы управления организацией и его совершенствование***

Введение

- 1 Теоретические основы информационного обеспечения в управлении организацией
  - 1.1 Роль информации в управлении. Требования, предъявляемые к информации
  - 1.2 Технология информационной деятельности
  - 1.3 Формирование комплексной информационной системы
- 2 Анализ информационного обеспечения управления в организации
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Анализ системы документооборота
  - 2.3 Анализ технического обеспечения информационной деятельности в организации
  - 2.4 Анализ программного обеспечения управления
- 3 Совершенствование информационного обеспечения организации
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.38 Организационные изменения и развитие: сущность, направления и формы***

Введение

- 1 Организационные изменения как фактор выживания предприятия
  - 1.1 Сущность и виды организационных изменений
  - 1.2 Этапы и методы реализации организационных изменений
  - 1.3 Формы управления организационными изменениями
  - 1.4 Зарубежный опыт управления организационными изменениями
- 2 Сопротивление переменам в процессе организационных изменений
  - 2.1 Причины сопротивления переменам
  - 2.2 Способы снижения сопротивления
- 2 Анализ потребности в организационных изменениях в организации и рекомендации по их реализации
- 3.1 Краткая характеристика деятельности организации

- 3.2 Анализ потребности в организационных изменениях организации
- 3.3 Предложения по внедрению организационных изменений в организации
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

### ***5.39 Управление конкурентоспособностью организации***

Введение

- 1 Взаимосвязь качества продукции и конкурентоспособности организации
  - 1.1 Понятие качества, показатели и оценка уровня качества
  - 1.2 Система управления качеством продукции
  - 1.3 Понятие конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности организации
  - 1.4 Комплекс работ по обеспечению конкурентоспособности организации
- 2 Анализ конкурентоспособности организации и комплекс мер по ее управлению
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Анализ системы управления качеством продукции, оценка уровня качества продукции
  - 2.3 Оценка конкурентоспособности организации
- 3 Основные направления повышения конкурентоспособности организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.40 Экономический механизм менеджмента организации***

Введение

- 1 Теоретические основы экономического механизма менеджмента предприятия
  - 1.1 Понятие экономического механизма менеджмента организации
  - 1.2 Коммерческий расчет как важнейший механизм хозяйствования
  - 1.3 Внутрифирменный расчет
  - 1.4 Ценовая политика. Механизм ценообразования
  - 1.5 Взаимосвязь элементов экономического механизма менеджмента
- 2 Зарубежный опыт реализации элементов экономического механизма менеджмента
- 3 Изучение элементов экономического механизма менеджмента в организации
  - 3.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 3.2 Ценовая политика организации. Механизм ценообразования
  - 3.3 Реализация коммерческого внутрифирменного расчета в системе управления организацией

### 3.4 Направления развития элементов экономического механизма менеджмента организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.41 Внутрифирменное планирование в организации и его совершенствование***

Введение

1 Понятие и сущность внутрифирменного планирования, его роль в управлении организацией

1.1 Значение внутрифирменного планирования в управлении на предприятии

1.2 Принципы и методы внутрифирменного планирования

1.3 Виды, формы и инструменты внутрифирменного планирования

2 Организация процесса внутрифирменного планирования в зарубежных фирмах

2.1 Организационные формы внутрифирменного планирования в рамках традиционных корпораций

2.2 Особенности планирования в фирмах США и Японии

3 Анализ организации внутрифирменного планирования на предприятии

3.1 Краткая характеристика деятельности организации

3.2 Состав плановых служб организации, их функции

3.3 Изучение используемых методов планирования

3.4 Изучение содержания планов в организации

3.5 Основные направления совершенствования внутрифирменного планирования

Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.42 Управленческий персонал организации и его совершенствование***

Введение

1 Теоретические аспекты формирования аппарата управления организацией

1.1 Понятие управленческого персонала

1.2 Требования, предъявляемые к работникам аппарата управления в современных условиях

1.3 Структура аппарата управления организацией

1.4 Затраты на содержание аппарата управления: состав, порядок формирования и способы оценки эффективности их использования

2 Оценка управленческого персонала организации

2.1 Краткая характеристика деятельности организации

2.2 Анализ состава и структуры управленческого персонала

- 2.3 Анализ организационной структуры управления и системы распределения полномочий в организации
  - 2.4 Анализ затрат на содержание аппарата управления
  - 2.5 Анализ эффективности использования управленческого персонала
  - 3 Направления совершенствования использования управленческого персонала организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

#### ***5.43 Социально-психологические аспекты управления организацией***

Введение

- 1 Теоретические основы социально-психологических методов управления
  - 1.1 Теории мотивации в управлении организацией
  - 1.2 Теория поведения в управлении организацией
  - 1.3 Социальные методы управления предприятием
  - 1.4 Психологические методы управления предприятием
- 2 Зарубежный опыт применения социально-психологических методов управления
  - 2.1 Применение социально-психологических методов управления на японских предприятиях
  - 2.2 Применение социально-психологических методов управления на американских и западноевропейских предприятиях
- 3 Изучение использования социально-психологических методов управления в организации
  - 3.1 Социальная структура организации
  - 3.2 Диагностика социально-психологического климата в коллективе организации
  - 3.3 Изучение используемых в организации социально-психологических методов управления
  - 3.4 Рекомендации по улучшению социально-психологического климата в организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.44 Управление внешнеэкономической деятельностью организации***

Введение

- 1 Роль внешнеэкономической деятельности в управлении организацией
  - 1.1 Внешнеторговые организации, их сущность и содержание
  - 1.2 Процедуры и техника подготовки внешнеторговой сделки между контрагентом

- 1.3 Создание, методы и средства регулирования внешнеторговых операций
  - 2 Анализ управления внешнеэкономической деятельностью организации
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Анализ структурного положения отдела ВЭД
  - 2.3 Анализ рынков сбыта и реализации продукции на внешнем рынке
  - 2.4 Анализ зарубежных конкурентов и уровня конкурентоспособности продукции на внешнем рынке
  - 3 Направления совершенствования управления внешнеэкономической деятельностью организации
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

#### ***5.45 Управление сбытом и сбытовая политика предприятия***

- Введение
- 1 Эффективная организация управления сбытом – залог успеха предприятия
  - 1.1 Понятие и значение сбытовой деятельности
  - 1.2 Функции управления сбытом
  - 1.3 Оценка эффективности сбытовой деятельности
  - 2 Анализ сбытовой деятельности предприятия (организации)
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности предприятия (организации)
  - 2.2 Анализ ассортимента реализуемой продукции
  - 2.3 Анализ рынков сбыта
  - 2.4 Анализ потребителей
  - 2.5 Оценка эффективности сбытовой деятельности
  - 2.6 Организация сбытовой деятельности
  - 3 Направления повышения эффективности управления сбытовой деятельностью
- Заключение  
Список использованных источников  
Приложения

#### ***5.46 Управление процессами становления и развития малого бизнеса Республики Беларусь***

- Введение
- 1 Теоретические основы развития малого бизнеса
  - 1.1 Понятия малого бизнеса
  - 1.2 Достоинства и недостатки малых предприятий
  - 1.3 Формы малого бизнеса
  - 2 Развитие малого бизнеса в современной экономике
  - 2.1 Зарубежный опыт управления становления развития малого бизнеса



- 2.2 Международные организации, способствующие развитию малого бизнеса
- 3 Малый бизнес в Республике Беларусь
- 3.1 Состояние малого бизнеса в Республике Беларусь
- 3.2 Государственная поддержка малого бизнеса в Республике Беларусь
- 3.3 Перспективы развития малого бизнеса в Республике Беларусь
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложения

#### ***5.47 Управление рекламной деятельностью организации***

Введение

- 1 Теоретические подходы к управлению рекламной деятельностью в организации
    - 1.1 Эволюция управления рекламной деятельностью в организации
    - 1.2 Формы и методы управления рекламной деятельностью в организации
    - 1.3 Регулирование рекламной деятельности организации
    - 1.4 Оценка эффективности рекламной деятельности организации в зарубежной и отечественной практике
  - 2 Анализ рекламной деятельности организации
    - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
    - 2.2 Анализ используемых форм и методов рекламы
    - 2.3 Анализ рекламных мероприятий
    - 2.4 Оценка эффективности рекламной деятельности
  - 3 Направления совершенствования рекламной деятельности организации
- Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.48 Управление конкурентоспособностью продукции в организациях Республики Беларусь***

Введение

- 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью продукции организации
  - 1.1 Современное представление о сущности конкурентоспособности продукции
  - 1.2 Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции
  - 1.3 Оценка конкурентоспособности продукции: принципы, параметры
  - 1.4 Зарубежный опыт управления конкурентоспособностью продукции
- 2 Оценка конкурентоспособности продукции организации
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Анализ ассортимента выпускаемой продукции
  - 2.3 Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности продукции

### 3 Направления повышения конкурентоспособности продукции

Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.49 Инновационный потенциал современной организации: направления оценки и развития***

Введение

1 Роль инновационного потенциала в обеспечении успешной деятельности организации

1.1 Понятие «инновационного потенциала» организации

1.2 Элементы инновационного потенциала

1.3 Подходы к классификации инновационного потенциала

1.4 Оценка инновационного потенциала

2 Оценка инновационного потенциала организации

2.1 Краткая характеристика деятельности организации

2.2 Анализ элементов инновационного потенциала

2.3 Оценка инновационного потенциала

3 Основные направления укрепления и наращивания инновационного потенциала организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

#### ***5.50 Управление инвестиционной деятельностью организации***

Введение

1 Теоретические аспекты управления инвестиционной деятельностью организации

1.1 Сущность инвестиций и инвестиционная деятельность

1.2 Классификация инвестиций

1.3 Основные направления в области управления инвестиционной деятельностью

2 Исследование инвестиционной деятельности организации

2.1 Краткая характеристика деятельности организации

2.2 Анализ инвестиционной политики и инвестиционного проектирования организации

2.3 Изучение управления инвестиционной деятельностью организации

3 Направления совершенствования инвестиционной деятельности организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ***5.51 Формирование и развитие корпоративной социальной ответственности в организации***

### Введение

- 1 Теоретические основы социальной ответственности бизнеса
  - 1.1 Понятие социальной ответственности бизнеса, ее особенности
  - 1.2 Формы и модели социальной ответственности бизнеса
  - 1.3 Уровни и направления развития корпоративной социальной ответственности
  - 1.4 Социальный стандарт
- 2 Анализ реализации корпоративной социальной ответственности в организации
  - 2.1 Краткая характеристика организации и анализ основных показателей ее хозяйственной деятельности
  - 2.2 Анализ форм и уровня корпоративной социальной ответственности в организации
  - 2.3 Анализ ресурсного обеспечения корпоративной социальной ответственности в организации
  - 2.4 Оценка социального имиджа организации
- 3 Направления повышения корпоративной социальной ответственности в организации

### Заключение

### Список использованных источников

### Приложения

## ***5.52 Исследование организационной структуры управления организации***

### Введение

- 1 Теоретико-методологические основы анализа и оценки организационных структур управления
  - 1.1 Организационная структура управления предприятием: сущность, назначение, виды
  - 1.2 Пути и проблемы проведения комплексного анализа и оценки организационной структуры управления
- 2 Анализ и оценка организационной структуры управления предприятия
  - 2.1 Общая характеристика деятельности предприятия
  - 2.2 Анализ целей, состава и содержания функций управления, их распределения между органами управления
  - 2.3 Анализ и оценка численности и структуры работников аппарата управления
  - 2.4 Анализ и оценка номенклатуры управленческих решений, норм управляемости, отлаженности скалярной цепи, механизмов

взаимодействия линии и штаба (можно на примере одного подразделения, отдела, должности)

2.5 Оценка эффективности действующей организационной структуры управления

3 Совершенствование аналитической функции как важное направление повышения эффективности управления предприятия

3.1 Формирование единой комплексной методики анализа и оценки организационной структуры управления

3.2 Рекомендации по совершенствованию организационной структуры управления предприятия

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.53 Проектирование структуры организации (службы, отдела)***

Введение

1 Концептуальные основы организационного проектирования

1.1 Сущность, содержание и принципы организационного проектирования

1.2 Дерево целей как основа организационного проектирования

1.3 Методы осуществления и критерии организационного проектирования

2 Аналитическая основа организационного проектирования организации

2.1 Общая характеристика деятельности организации

2.2 Анализ дерева целей и конечных результатов деятельности организации

2.3 Анализ должностной инструкции организации (положения о подразделении), его места в организационной структуре управления организации

2.4 Анализ профессионально-квалификационного состава персонала аппарата управления организации

3 Разработка проекта организации отдела (службы, должности) организации

3.1 Обоснование проекта

3.2 Цель, задачи, структура организационной службы (отдела, должности)

3.3 Кадровое, материально-техническое, нормативно-правовое, методическое и финансовое обеспечение проекта (можно по выбору)

3.4 Предварительная оценка эффективности проекта

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.54 Проектирование (совершенствование) взаимоотношений подразделений предприятия с внешними организациями***

Введение

- 1 Внешняя среда организации: сущность, составляющие, направления взаимодействия с организацией
  - 1.1 Сущность и структура внешней среды организации. Организационный дарвинизм
  - 1.2 Характеристика внешней среды организации в Республике Беларусь
- 2 Анализ взаимодействия подразделения организации с внешними организациями
  - 2.1 Общая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Система взаимодействия подразделения организации с внешними организациями (анализ документов, входящей и исходящей информации, должностных инструкций, положения о подразделении)
  - 2.3 Анализ и оценка состава задач, решаемых в процессе взаимодействия, выявление перечня проблем
- 3 Рекомендации по улучшению взаимодействия организации с внешними организациями

Заключение

Список использованных источников

Приложения

### ***5.55 Анализ и оценка эффективности системы управления организации***

Введение

- 1 Эффективность системы управления организацией: сущность, критерии, проблемы оценки
  - 1.1 Понятие эффективности системы управления организацией и ее составляющие
  - 1.2 Методики оценки эффективности управления организацией, их достоинства и недостатки
- 2 Исследование эффективности системы управления организацией
  - 2.1 Общая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Оценка эффективности системы управления через конечные результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние
  - 2.3 Анализ основных характеристик аппарата управления предприятия и затрат на его содержание
  - 2.4 Оценка организационной структуры управления организации
- 3 Основные направления повышения эффективности системы управления организацией

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ***5.56 Анализ организационного потенциала организации и задачи управления организацией***

Введение

- 1 Организационный потенциал организации: сущность, составляющие, необходимость развития
  - 1.1 Сущность и составляющие организационного потенциала организации
  - 1.2 Развитие организационного потенциала как фактор роста организации
- 2 Исследование составляющих организационного потенциала организации
  - 2.1 Краткая характеристика деятельности организации
  - 2.2 Анализ ресурсов управленческого персонала
  - 2.3 Анализ ресурсов технического оснащения управленческого труда
  - 2.4 Анализ ресурсов информационного обеспечения управления
- 3 Основные направления наращивания организационного потенциала организации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## **6 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 220 с.
2. Абчук, В. А. Менеджмент / В. А. Абчук. – Санкт-Петербург : Союз, 2002. – 463 с.
3. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – Москва : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
4. Аистова, М. Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М. Д. Аистова. – Москва : Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.
5. Аистова, М. Д. Реструктуризация предприятия : вопросы управления / М. Д. Аистова. – Москва : Альпина Паблишер, 2002. – 280 с.
6. Дайан, А. Академия рынка: маркетинг : пер с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар. – Москва : Экономика, 1993. – 572 с.
7. Акимова, Т. А. Теория организации / Т. А. Акимова. – Москва : ЮНИТИ ДАНА, 2003. – 363 с.
8. Акулич, Е. Брэнддинг в фокусе стиля жизни / Е. Акулич // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 12.
9. Ермолович, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности / под. ред. Л. И. Ермолович. – Минск : Интерпрессервис, Экоперспектива, 2001. – 576 с.
10. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : Питер. Ком, 1999. – 140 с.
11. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 344 с.
12. Асадзума, Ю. Японская экономика «мыльного пузыря» и ее прах / Ю. Асадзума // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – № 3.
13. Байте, М. Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса : учеб. пособ. для вузов / под. ред. А. М. Никитина. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 415 с.
14. Бараненко, С. П. Стратегический менеджмент / С. П. Бараненко, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников. – Москва : Центрполиграф, 2010. – 320 с.
15. Баранчев, В. Управление брэндингом как составляющей инновационного развития организации / В. Баранчев // Маркетинг. – 2003. – № 1.
16. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент : учебник / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 238 с.
17. Басовский, Л. Е. Маркетинг / Л. Е. Басовский. – Москва : ИНФРА-М, 1999. – 219 с.
18. Беккер, Й. Менеджмент процессов / Й. Беккер [и др.]. – Москва : ЭКСМО, 2007. – 384 с.
19. Беляев, А. А. Антикризисное управление / А. А. Беляев, Э. М. Коротков. – Москва : ЮНИТИ, 2009. – 311 с.
20. Беляцкий, Н. Г. Основы лидерства : учебник / Н. Г. Беляцкий. – Минск :

- БГЭУ, 2006. – 268с.
21. Беляцкий, Н. И. Интеллектуальная техника менеджмента / Беляцкий Н. И. – Минск, 2001.
  22. Березин, И. 5 ступеней от названия к брэндю / И. Березин // Практический маркетинг. – 2004. – № 3.
  23. Бондарь, Н. П. Эффективное управление фирмой: современная теория и практика / Н. П. Бондарь [и др.]. – Санкт-Петербург : Бизнес-Пресса, 1999. – 480 с.
  24. Боумен, К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумен. – Москва : Юнити, 1997. – 178 с.
  25. Боумен, К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумен. – Москва, 1997.
  26. Бочкарев, А. 7 нот менеджмента / А. Бочкарев, В. Кондратьев, В. Краснова. – 7-е изд. – Москва : ЭКСМО, 2008. – 976 с.
  27. Брасс, А. А. Основы менеджмента : курс лекций / А. А. Брасс. – Минск : Академия управления при Президенте РБ, 2005. – 256 с.
  28. Бусыгин, А. В. Эффективный менеджмент / А. В. Бусыгин. – Москва : Финпресс, 2000. – 1056 с.
  29. Ванкевич, Е. В. Управление региональным рынком труда при переходе к рыночной модели социальной политики в Беларуси / Е. В. Ванкевич, А. П. Морова, И. В. Новикова. – Витебск: ВГТУ, 2004. – 303 с.
  30. Ванкевич, Е. В. Зарубежный опыт социально-ответственного реструктурирования предприятий / Е. В. Ванкевич. – Минск : Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь, ПРООН, 2003. – 62 с.
  31. Ванкевич, Е. В. Экономические отношения занятости: закономерности развития и регулирования / Е. В. Ванкевич. – Минск : БГЭУ, 2000. – 238 с.
  32. Вахрушев, В. Принципы японского управления / В. Вахрушев. – Москва : Прогресс, 1992. – 76 с.
  33. Велесько, Е. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Е. И. Велесько, А. А. Неправский. – Минск : БГЭУ, 2009. – 307 с.
  34. Виханский, О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – Москва : Экономистъ, 2008. – 670 с.
  35. Виханский, О. С. Стратегический менеджмент / О. С. Виханский. – Москва : Гардарини, 2000. – 296 с.
  36. Вяткин, В. Н. Риск – менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин [и др.]. – Москва : Дашков и К, 2003. – 512 с.
  37. Герус, А. Маркетинговые исследования в системе аудита брэнда / А. Герус // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2004. – № 12.
  38. Герус, А. Сильный брэнд – миф или реальность? / А. Герус // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2004. – № 12.
  39. Герчикова, И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – Москва : ЮНИТИ, 2004. – 501 с.
  40. Глушаков, В. Е. Стратегический менеджмент / В. Е. Глушаков. – Минск :



- Экоперспектива, 2001.
41. Глушаков, В. Е. Стратегический менеджмент / В. Е. Глушаков. – Минск : – Экоперспектива, 2001. – 167 с.
  42. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – Москва : Финпресс, 2000. – 820 с.
  43. Гончаров, В. И. Менеджмент : учеб. пособие / В. И. Гончаров. – Минск : Минсанта, 2003. – 624 с.
  44. Гражданский кодекс Республики Беларусь : с изм. и доп. по состоянию на 1 сент. 2008 г. – 6-е изд., с изм. и доп. – Минск : Нац. центр правовой информации Республики Беларусь, 2008. – 656 с.
  45. Грейсон, Дж. Американский менеджмент на пороге XXI века : пер. с англ. / Дж. Грейсон, К. О`Делл. – Москва : Экономика, 1991. – 320 с.
  46. Гринюк, Ж. Объекты стратегического управления, или почему хорошо управляемые брэнды практически бессмертны // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 12.
  47. Громова, О. Н. Конфликтология / О. Н. Громова. – Москва : ГАУ, 1993. – 91 с.
  48. Д`Алессандро, Д. Войны брэндов : 10 правил создания непобедимой торговой марки / Д. Д`Алессандро. – Санкт Петербург : Питер, 2002. – 224 с.
  49. Демидовец, В. П. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов экономических специальностей / В. П. Демидовец. – Минск : БГТУ, 2006. – 220 с.
  50. Дубровский, В. Ж. Динамика корпоративного развития / В. Ж. Дубровский [и др.]. – Москва : Наука, 2004. – 502 с.
  51. Дитхелм, Г. Управление проектами / Г. Дитхелм. – Санкт-Петербург : Бизнес-пресса, 2004. – 400 с.
  52. Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика / Дойль П. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 153 с.
  53. Драккер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Ф. Драккер. – Москва : Вильямс, 2000. – 272 с.
  54. Друкер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Ф. Друкер. – Москва : Вильямс, 2000. – 272 с.
  55. Дункан, Дж. У. основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики / Дж. У. Дункан. – Москва : Дело, 1996. – 272 с.
  56. Евстафьев, В. Западный и восточный подходы к созданию брэндов // БОСС (бизнес: организация, стратегия, системы). – 2000. – № 9.
  57. Евсюкова, Е. Упаковка как атрибут брэнда / Е. Евсюкова // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 5.
  58. Желудевич, Ф. Законы брэндинга // Современные технологии управления персоналом. – 2003. – № 3.
  59. Заборонок, А. Анализ брэндовых стратегий и условий их реализации / А. Заборонок // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2004. – № 8.

60. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – Москва : Магистр, 2008. – 528 с.
61. Захарычев, Л. С. Модель управления брендами предприятий – производителей // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 5.
62. Зельдович, Б. З. Ситуационное обучение управленческим дисциплинам : учеб. пособие / Б. З. Зельдович. – Москва : Экзамен, 2008.
63. Золотогоров, В. Г. Организация и планирование производства / В. Г. Золотогоров. – Минск : ФУАинформ, 2001. – 528 с.
64. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : теория и практика : учебное пособие для вузов / А. Т. Зуб. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
65. Ильенкова, С. Д. Производственный менеджмент / С. Д. Ильенкова. – Москва : ЮНИТИ, 2000.
66. Ильин, А. И. Планирование на предприятии : в 2-х частях / А. И. Ильин. – Минск : Новое знание, 2000. – 300 с.
67. Валовой, Д. В. История менеджмента / под. ред. Д. В. Валового. – Москва, 1997. – 356 с.
68. Ишикава, А. Эволюция концепций и практики модернизации в Японии / А. Ишикава // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 1.
69. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента / Н. И. Кабушкин. – Минск : Новое знание, 2004. – 336 с.
70. Календжан, С. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С. Календжан. – Москва : Дело, 2003. – 280 с.
71. Каору, И. Японские методы управления качеством / И. Каору. – Москва : Экономика, 1989. – 140 с.
72. Катькало, В. С. Эволюция теории стратегического управления / В. С. Катькало. – Москва : Высшая школа менеджмента, 2008. – 548 с.
73. Квасникова, В. В. Реструктуризация предприятий на основе решений диагностики кризисной ситуации / В. В. Квасникова. – Витебск, ВГТУ, 2005. – 189 с.
74. Кивачук, В. С. Санация предприятия в условиях кризиса / под общ. ред. В. С. Кивачука. – Брест : БГТУ, 2005. – 620 с.
75. Кирхманн, Э. М. Превентивное организационное развитие (на примере технологического концерна АВВ) / Э. М. Кирхманн // Проблемы теории и практики управления / Э. М. Кирхманн. – 2001. – № 1.
76. Клевзотович, В. И. Инновационный производственный менеджмент : уч.-мет. пособие / В. И. Клевзотович ; БНТУ. – Минск, 2006. – 164 с.
77. Кнорринг, В. И. Теория, практика и искусство управления / В. И. Кнорринг. – Москва : НОРМА-ИНФРАМ, 1999. – 400 с.
78. Конно, Т. Стратегия и структура японских предприятий / пер. с англ. М. Стизиной / Т. Конно. – Москва : Прогресс, 1987. – 140 с.
79. Концепция контроллинга : управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование : пер. с нем. / Horvath & Partners. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
80. Костевич, Л. С. Информационные технологии оптимальных решений и

- реинжиниринг в повышении эффективности менеджмента / Л. С. Костевич. – Минск : БГЭУ, 2000.
81. Костевич, Л. С. Информационные технологии оптимизированных решений и реинжиниринг в повышении эффективности менеджмента / Л. С. Костевич. – Минск : БГЭУ, 2000. – 108 с.
  82. Котлер, Ф. Маркетинг – менеджмент / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург, 2005. – 464 с.
  83. Котлер, Ф. Менеджмент, маркетинг / Ф. Котлер. – Москва, 2002. – 750 с.
  84. Котлер, Ф. Основы менеджмента / Ф. Котлер. – Новосибирск : Чацка, 1992. – 736 с.
  85. Кравченко, А. И. История менеджмента / А. И. Кравченко. – Москва, 2000. – 250 с.
  86. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент / Б. Т. Кузнецов. – Москва : ЮНИТИ, 2007. – 624 с.
  87. Кузнецов, И. Н. Корпоративная культура : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : Книжный Дом : Мисанта, 2006. – 304 с.
  88. Курулев, А. П. Менеджмент на предприятии : курс лекций / А. П. Курулев. – Минск : ИСЗ, 2002. – 204 с.
  89. Кэмпбэл, Д. Стратегический менеджмент / Д. Кэмпбэл. – Москва : Проспект, 2003.
  90. Ладанов, И. Совершенствование управления экономикой на основе японской модели менеджмента / И. Ладанов, В. Пренников. – Москва : Инфоризэлектро, 1990. – 143 с.
  91. Ларионов, И. К. Антикризисное управление : учебное пособие / И. К. Ларионов [и др.]. – 5-е изд., перераб. доп. – Москва : Даленов и К, 2007. – 292 с.
  92. Лифиц, И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – Москва : Юрайт-М, 2001. – 130 с.
  93. Лопатин, М. В. Управленческий потенциал предприятия / М. В. Лопатин. – Санкт-Петербург : Наука, 2004. – 254 с.
  94. Лукьян Я. А. Барьеры общения, конфликты, стресс / Я. А. Лукьян. – Минск : Вышэйшая школа, 1986. – 206 с.
  95. Мазур, И. И. Реструктуризация предприятий и компаний : учеб. пос. / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – Москва : Экономика, 2001. – 400 с.
  96. Маленков, Ю. А. Стратегический менеджмент: учебник по спец. «Менеджмент организации» / Ю. А. Маленков. – Москва : Проспект, 2008. – 224 с.
  97. Маллинз, Л. Менеджмент и организационное поведение / Л. Маллинз. – Минск : Новое знание, 2003. – 1039 с.
  98. Мальцев, В. Бренд в жизни организации / В. Мальцев // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 12.
  99. Мардас, С. Н. Краткий курс практического менеджмента / С. Н. Мардас. – Санкт-Петербург, 2002. – 160 с.
  100. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д.

- Маркова, С. А. Кузнецова. – Москва : ИНФРА-М, Сиб. согл., 2008. – 365 с.
101. Марочкина, В. М. Основы финансового менеджмента на предприятии / В. М. Марочкина, Л. Г. Колпина, А. Г. Титкин. – Минск, БГЭУ, 2000. – 115 с.
102. Маслов, Д. Удовлетворение потребителей по-японски / Д. Маслов // Методы менеджмента качества. – 2005. – № 2.
103. Международный менеджмент : учебник для экономических специальностей / под ред. С. Э. Пивоварова, Д. И. Баркана. – Санкт-Петербург : Питер, 2000.
104. Мескон, А. Основы менеджмента : пер. с англ. / А. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Москва : Дело, 1992 (1995).
105. Минцберг, Г. Школы стратегий / Г. Минцберг. – Санкт-Петербург, 2000. – Питер, 2000. – 336 с.
106. Миронов, А. Для бренда главное – какое восприятие он оставляет / А. Миронов // Управление персоналом. – 2002. – № 9.
107. Моисеева, Н. Маркетинговые технологии в обеспечении деловой активности организации / Н. Моисеева // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 6.
108. Морита, А. Сделано в Японии / А. Морита. – Москва : Прогресс, 1993. – 200 с.
109. О`Шоннеси, Дж. Принципы организации управления фирмой / Дж. О`Шоннеси. – Москва, 2001. – 296 с.
110. Об экономической несостоятельности (банкротстве) : Закон РБ от 18.07.2000, № 423 – 3.
111. Оганесян, И. А. Проблемы и особенности организационной культуры отечественных предприятий / И. А. Оганесян // Кадровая служба. – 2001. – № 2.
112. Пелих, С. А. Операционный менеджмент. Оперативное управление производством : учеб. пособие / С. А. Пелих. – Минск, БГЭУ, 2001. – 152 с.
113. Переверзев, М. П. Менеджмент : учебник для вузов / М. П. Переверзев. – Москва : ИНФРА-М, 2003. – 288 с.
114. Попов, С. А. Стратегическое управление : 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 4 / С. А. Попов. – Москва : ИНФРА – Москва, 2000. – 304 с.
115. Портер, М. Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – Москва : Издательский дом "Вильямс", 2000. – 495 с.
116. Поршнева, А. Г. Управление организацией / А. Г. Поршнева, З. П. Румянцева, И. А. Саломатин. – Москва, 2007.
117. Предприятие : стратегия, структура, положения об отделах и службах, должностные инструкции. – Москва : Экономика, НОРМА, 1997. – 750 с.
118. Примерная должностная инструкция специалиста по брендингу // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2004. – № 12.

119. Проблемы реформирования предприятий Республики Беларусь / Респ. науч.-практ. конф. Минск 11 – 12 декабря 1997 г. Секция 1. Реструктуризация промышленных предприятий: экономические и организационно-правовые аспекты. В 2-х ч. – Минск, БГЭУ, 1998. – 340 с.
120. Райс, Л. 22 закона создания брэнда / Л. Райс. – Москва : АСТ, 2004. – 160 с.
121. Румянцева, З. П. Общее управление организацией : учебник / З. П. Румянцева. – Москва : ИНФРА- М, 2001. – 304 с.
122. Рэнделл, Дж. Брэндинг : краткий курс / Дж. Рэнделл. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 216 с.
123. Семенов, Б. Д. Антикризисный менеджмент / Б. Д. Семенов. – Минск : ООО «ФУАинформ», 2002. – 80 с.
124. Семенова, И. И. История менеджмента / И. И. Семенова. – Москва : ЮНИТИ, 2000. – 222 с.
125. Смирнов, Э. А. Управленческие решения / Э. А. Смирнов. – Москва : ИНФРА М, 2001. – 264 с.
126. Смолкин, А. М. Менеджмент : основы организации : учебник / А. М. Смолкин. – Москва : Инфра-М, 2002.
127. Смольский, А. П. Антикризисное управление : учебное пособие / А. П. Смольский. – Минск : Современная школа, 2008. – 222 с.
128. Лузин, А. Социально-ответственное реструктурирование предприятий : введение в предмет / под ред. А. Лузина. – Москва : МОТ, 2001. – 240 с.
129. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2004. – Минск, Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2005.
130. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. И. Шилков. – Москва : Форум, 2008. – 304 с.
131. Тарелко, В. Система построения брэнда / В. Тарелко // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 11. – С. 100 – 102.
132. Тарелко, В. Технология позиционирования брэнда на рынке / В. Тарелко // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 12.
133. Тейлор, Ф. У. Принципы научного менеджмента / Ф. У. Тейлор. – Москва, 1991.
134. Ванкевич, Е. В. Теоретические основы менеджмента : учебное пособие для студентов вузов по спец. 1-26 02 02 «Менеджмент» / Е. В. Ванкевич [и др.] ; под ред. Е. В. Ванкевич. – Витебск : УО «ВГТУ», 2009. – 416 с.
135. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент : Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд. – 12-е изд. – Москва : Вильямс, 2008. – 928 с.
136. Тучина, М. Опыт брэндинга / М. Тучина // БОСС (бизнес : организация, стратегия, системы). – 2003. – № 5.
137. Управление качеством : учеб для вузов / под ред. С. Д. Ильенковой. – Москва : Банки и биржи, 1999. – 199 с.
138. Управление персоналом / под ред. А. Я. Кибанова. – Москва : ИНФРА М, 1997. – 512 с.
139. Уткин, Э. А. Курс менеджмента : учебник ля вузов / Э. А. Уткин. –

- Москва : Зерцало, 2000. – 448 с.
140. Уткин, Э. А. Контроллинг: российская практика / Э. А. Уткин, И. В. Марынюк. – Москва : Финансы и статистика, 1999. – 250 с.
  141. Файоль, А. Общее и промышленное управление / А. Файоль. – Москва, 1991. – 240 с.
  142. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
  143. Фатхутдинов, Р. А. Управленческие решения : учеб. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2001. – 283 с.
  144. Максименко-Новохвост, Т. В. Финансовый менеджмент : УМК / Т. В. Максименко-Новохвост / ГИУСТ. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2005. – 160 с.
  145. Ковалева, А. М. Финансовый менеджмент : учеб. для вузов / под ред. А. М. Ковалевой. – Москва : ИНФРА-М, 2003. – 284 с.
  146. Фольмут, Х. И. Инструменты контроллинга от А до Я : пер. с нем. / Х. И. Фольмут. – Москва : Финансы и статистика, 1998. – 200 с.
  147. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. – Москва : Финансы и статистика, 1989. – 130 с.
  148. Хэмел, Г. Стратегическая гибкость : пер. с англ. / Г. Хэмел [и др.]. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 384 с.
  149. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования : пер. с англ. / Г. А. Черчилль. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 520 с.
  150. Шелдрейк, Дж. Теория менеджмента : от тейлоризма до японизации / Дж. Шелдрейк. – Санкт-Петербург, 2001. – 352 с.
  151. Шигаев, А. И. Контроллинг : стратегии развития предприятия / А. И. Шигаев. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 352 с.
  152. Ильин, А. И. Экономика предприятия : учебное пособие / под ред. А. И. Ильина. – 2-е изд., испр. – Москва : Новое знание, 2004. – 672 с.
  153. Волгин, Н. А. Экономика труда (социально-трудовые отношения) / под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. – Москва : «Экзамен», 2003. – 736 с.
  154. Колосова, Р. П. Экономика труда (социально-трудовые отношения) / под ред. Р. П. Колосовой, Г. Г. Меликьяна. – Москва : МГУ, Черо, 1996. – 623 с.
  155. Эллвуд, А. Основы брэндинга : 100 приемов повышения ценности товарной марки / А. Эллвуд. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 336 с.
  156. Эмерсон, Г. Двенадцать принципов производительности / Г. Эмерсон. – Москва : Экономика, 1992.
  157. Яшева, Г. А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственного партнерства : монография / Г. А. Яшева. – Витебск : УО «ВГТУ, 2009. – 373 с.
  158. Яшева, Г. А. Конкурентоспособность предприятий легкой промышленности и направления ее повышения / Г. А. Яшева. – Витебск ВГТУ, 2003. – 345 с.

