

Введение	4
----------------	---

РАЗДЕЛ I

ОСНОВЫ НАУЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Глава 1. Понятие организации и процессы управления	8
1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	8
1.2. История развития менеджмента	11
1.2.1. Периоды развития менеджмента	11
1.2.2. Научные подходы к управлению	12
1.2.3. Развитие менеджмента в России.....	15
1.3. Организация как система управления	17
1.3.1. Уровни управления.....	17
1.3.2. Общие характеристики организации	19
1.4. Факторы успешности организации	22
Глава 2. Методы управления	24
2.1. Принятие и реализация управленческих решений.....	24
2.2. Методы управления	28
2.3. Методы управления земельно-имущественными отношениями	31
Глава 3. Стратегическое и тактическое планирование в менеджменте	35
3.1. Система планирования на предприятии.....	35
3.2. Долгосрочное, среднесрочное и текущее планирование.....	38
3.3. Организационные формы планирования.....	40
3.4. Стратегическое планирование в организации	41
3.5. Инструменты стратегического планирования.....	43
3.5.1. Миссия организации.....	43
3.5.2. Формирование целей развития организации	43
3.5.3. Оценка и анализ внешней среды	46
3.5.4. Анализ и оценка стратегии предприятия.....	58
3.6. Функции и структура бизнес-плана	62
Глава 4. Организация управления.....	65
4.1. Понятие организационной структуры управления	65

4.2. Виды организационных структур управления	67
4.2.1. Типовые организационные структуры предприятий	67
4.2.2. Органический тип структур управления.....	74
4.3. Особенности организационных структур управления на современном этапе.....	80
4.4. Выбор вида структуры управления.....	82
4.5. Делегирование	83
Глава 5. Мотивация деятельности в менеджменте	88
5.1. Первоначальные концепции мотивации	88
5.2. Современные теории мотивации	90
5.2.1. Содержательные теории.....	90
5.2.2. Процессуальные теории	92
5.3. Индивидуальная и групповая мотивация.....	94
5.4. Мотивация и стимулирование работников	97
Глава 6. Контроль, его виды, формы и средства реализации	103
6.1. Цели, задачи и этапы контроля.....	103
6.2. Технология и правила контроля.....	105
6.3. Виды контроля	107
6.4. Поведенческие аспекты контроля	110
6.5. Оценка эффективности контроля.....	112
Глава 7. Коммуникации в системе управления	114
7.1. Цели и функции коммуникаций.....	114
7.2. Коммуникационный процесс.....	115
7.3. Межличностные коммуникации	118
7.4. Эффективность коммуникаций в менеджменте	119
Глава 8. Руководство: власть и лидерство	121
8.1. Власть.....	121
8.2. Лидерство.....	122
8.3. Стили руководства	123
8.4. Должностные инструкции.....	126
Глава 9. Деловое общение.....	127

РАЗДЕЛ II

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Глава 10. Эволюция и концепция маркетинга	132
10.1. Сущность и характерные черты современного маркетинга	132
10.2. Эволюция маркетинга и его направления развития в России	134
10.3. Рынок как основной объект маркетинга.....	134
10.4. Сегментирование рынка.....	138

Глава 11. Внутренняя и внешняя среда организации	147
Глава 12. Система маркетинговой информации	157
12.1. Составляющие системы маркетинговой информации. Система анализа	157
12.2. Методы прогнозирования в маркетинге.....	160
12.3. Маркетинговые исследования	163
Глава 13. Структура маркетинга	173
13.1. Основные элементы маркетинга.....	173
13.2. Разработка товара	175
13.3. Методы выработки новых идей и творческого решения проблем ..	177
13.4. Классификация товаров.....	179
13.5. Ассортимент и его виды	180
13.6. Товарные знаки.....	182
13.7. Штриховое кодирование товаров	184
13.8. Упаковка товаров.....	187
13.9. Ценообразование в маркетинге	189
13.10. Выбор способов установления цены	192
13.11. Использование методов ценообразования.....	195
13.12. Распределение товаров	198
13.13. Продвижение товаров на рынок	201
Глава 14. Процесс управления маркетингом	208
14.1. Уровни и этапы управления маркетингом. План маркетинга.....	208
14.2. Маркетинговые организационные структуры	213
14.3. Маркетинговый контроль.....	216
Глава 15. Маркетинговая деятельность в земельно-имущественных отношениях	220
15.1. Анализ рынка недвижимости	220
15.2. Сегментация рынка недвижимости.....	224
15.3. Принципы ценообразования и оценки земельных объектов	228
Список литературы.....	232