

ЖОЛДАК В. И. Основы менеджмента. Учебное пособие. — М.: 1994

Допущено Комитетом Российской Федерации по физической культуре в качестве учебного пособия для высших и средних учебных заведений по физической культуре.

Учебное пособие предназначено для студентов и слушателей курсов повышения квалификации или переподготовки, а также заинтересованных читателей, знакомящихся с основами организации управленческой и предпринимательской деятельности.

В пособии изложены принципы и факторы, правила и условия осуществления управленческой деятельности в организации. Особое внимание уделено социально-педагогическим проблемам и аспектам менеджмента, межличностного и межгруппового взаимодействия, а также приемам программированного планирования производственной деятельности.

Набор рукописи выполнен в отделе ЭВМ (начальник отдела А. М. РОСТОШИНСКИЙ). Экземпляры пособия (копия дискеты с записью текста и/или оттиски рукописи) могут быть направлены заказчику на основе соглашения. Обращаться: 140090, Московская область, пос. МАЛАХОВКА-2, ул. ШОССЕЙНАЯ 33, МОГИФК ФПК, тел 558-58-72

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

доктор философских наук **В. А. АРТЕМОВ**, институт экономики и организации промышленного производства СОРАН; кандидат экономических наук, доцент **Э. И. БОРОДЯНСКИЙ**, институт проблем занятости Российской Академии наук; доктор педагогических наук, профессор **ПЕРЕВЕРЗИН И. И.**, Российская государственная академия физической культуры

Подготовлено методическим кабинетом ФПК МОГИФК (**Н. К. ИЛЛАРИОНОВА, Г. М. СОСНИХИНА**)

Одобрено экспертным советом факультета повышения квалификации.
Утверждено Ученым советом МОГИФК

СОДЕРЖАНИЕ

(тематический план курса)

1. Введение	9
1.1. Предисловие	9
1.2. Источники	9
1.3. Цель	10
1.4. Теоретические основы курса	11
1.5. Особенности курса	11
1.6. Методические указания	12
2. Вводный курс	15
2.1. Словник	15
2.2. Глоссарий	16
2.3. Объемные требования и контрольные вопросы	29
2.4. Тематика рефератов, контрольных и курсовых работ	31
Литература	32
3. Основные положения теории и практики управления	36
3.1. Понятие и свойства системы	36
3.2. Основы методологии управления	38
3.3. Общие принципы управления	41
3.4. Отношения и организация управления	43
3.5. Функции, цикл и методы управления	47
3.6. Основные функции органов управления	54
3.7. Информация в управлении	56
3.8. Факторы развития и функционирования социальной системы	61
4. Система менеджмента	66
4.1. Общая характеристика менеджмента и маркетинга	66
4.2. Основные черты менеджмента и маркетинга	76
4.3. Принципы планирования деятельности	77
4.4. Доктрины совместной деятельности — "10 КОН"	78
4.5. Основы планирования управленческой деятельности	80
4.6. Основы перспективного планирования	82
4.7. Комплексный метод делового планирования (бизнес-план)	
"СТОПКА":	
Общая характеристика метода	88
"10 С" — Смысл, содержание и цель деятельности	90
"10 Т" — Техническое, материальное и финансовое обеспечение	91
"10 О" — Организация деятельности	92
"10 П" — Пропаганда и популяризация продукции	93
"10 К" — Кадры. Комплекс управленческого воздействия на персонал	94
"10 А" — Атрибутика	100
4.8. Организация и формы планирования мероприятий	103
4.9. Управленческое решение: общая характеристика	110
4.10. Правила подготовки решения	114
5. Трудовой коллектив и взаимодействие в организации	123
5.1. Человеческий фактор, структура и признаки трудового коллектива	123
5.2. Социально-педагогические аспекты менеджмента	129
5.3. Основные причины и предупреждение конфликтов	137
5.4. Социально-педагогические аспекты конфликтов	142
5.5. Коммуникации в организации	147

5.6. Универсальные правила общения	152
5.7. Правила делового взаимодействия	157
5.8. Особенности служебного взаимодействия	162
5.9. Организация взаимодействия работников системы управления .	169
5.10. Деловые совещания	170
5.11. Функции и профессионально важные черты руководителя . .	172
5.12. Правила и стиль личного труда	180
6. Специфическая система оптимизации человеческого фактора	187
6.1. Производственная физкультура в системе НОТ	187
6.2. Комплексный эффект влияния ПФК на человека.	190
6.3. Рациональный двигательный режим трудящихся	191
6.4. Общая характеристика ПФК	195
6.5. Основные виды и формы ПФК	198
6.6. Организационно-методические основы ПФК	201
7. Менеджмент продвижения продукции	206
7.1. Правила маркетинговых и социальных исследований	206
7.2. Правила рекламной практики	211
7.3. Планирование рекламной кампании и условия	214
7.4. Основы протокола	216
8. Защита предприятия	220
8.1. Защита интересов, охрана имущества и обеспечение безопасности предприятия	220
8.2. Договорные отношения	221
8.3. Аренда нежилого помещения	224
8.4. Договор о подряде	224
8.5. Договор купли-продажи	224
8.6. Трудовой договор	226
8.7. Контракт с наемным работником	226
8.8. Договор о совместной деятельности	228
8.9. Лицензионный договор	229
8.10. Защита финансовой банковской деятельности	230
8.11. Страхование хозяйственного риска	232
8.12. Охрана интеллектуальной собственности	233
Послесловие	236