

Виды и уровни менеджмента

Выполнила:

Дуденкова Светлана

Группа «СКС»

Общий менеджмент

виды менеджмента (функциональные области управленческой деятельности)

Стратегический менеджмент

стратегическое планирование

Управление персоналом (менеджмент персонала)

Маркетинговый менеджмент

Финансовый менеджмент

Инновационный менеджмент

Производственный менеджмент


Технологический менеджмент

Высший уровень управления

Средний уровень управления

Нижний уровень управления

Основными элементами системы производственного менеджмента являются:



*** организационная структура системы управления (управляющая подсистема);**

*** производственная структура (управляемая подсистема);**

*** прогнозирование и планирование деятельности предприятия;**

*** организация основного производства;**

*** организация обслуживающего производства;**

*** организация подготовки производства новой продукции;**

*** реализация стратегии маркетинга.**

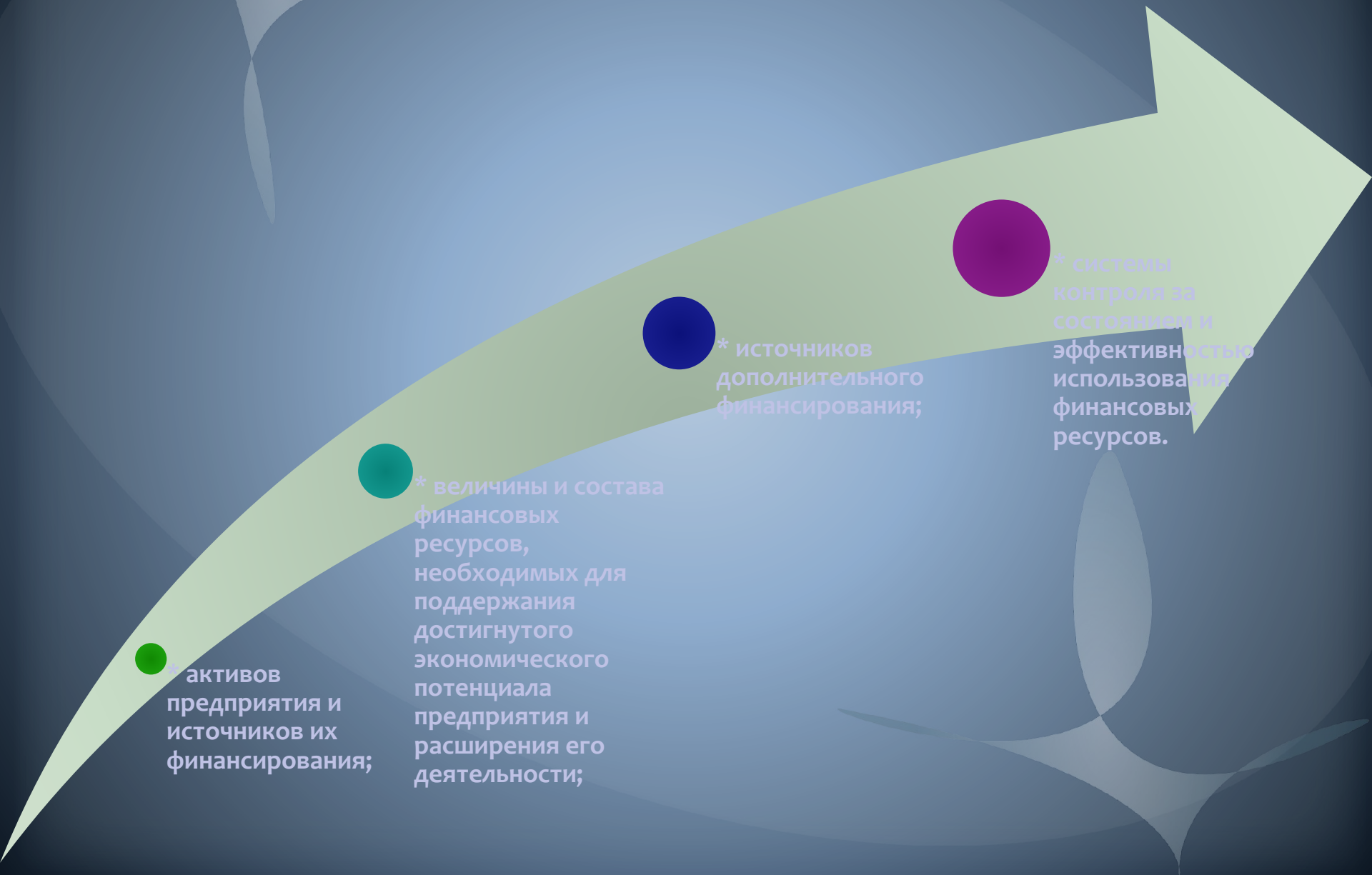
Целями финансового менеджмента являются:

* максимизация прибыли;

* платежеспособность;

* рост стоимости
собственного
(акционерного) капитала.

основная задача финансового менеджера сводится к финансовому анализу и планированию в виде общей оценки:



• активов предприятия и источников их финансирования;

• * величины и состава финансовых ресурсов, необходимых для поддержания достигнутого экономического потенциала предприятия и расширения его деятельности;

• * источников дополнительного финансирования;

• * системы контроля за состоянием и эффективностью использования финансовых ресурсов.

Маркетинг-менеджмент предусматривает корректировку целей, стоящих перед реально функционирующими бизнес-субъектами. Он базируется на двуединстве целей:

* повышении эффективности производства на основе рационального использования ресурсного потенциала предприятия;

* усилении рыночных позиций.

Интеграция функций маркетинга и менеджмента возможно при соблюдении следующих принципов:

1) стратегической
ориентации
производственной,
хозяйственной и
управленческой
деятельности

2) комплексного
подхода,
обеспечивающего
достижение
синергетического
эффекта

3) первичности
потребительского
спроса и необходимости
формирования
производственных
программ

4) расширения
составляющих
ресурсного потенциала
предприятия

5) адаптивности к
конкурентным
процессам

6) активного
взаимодействия с
бизнес-субъектами
рыночной стратегии и
расширения
коммуникативной
деятельности

7) конструктивного
использования
социальной
составляющей
менеджмента.