

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ–  
МОСКОВСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»  
(МИГУ-МАСИ)

Гуманитарный факультет

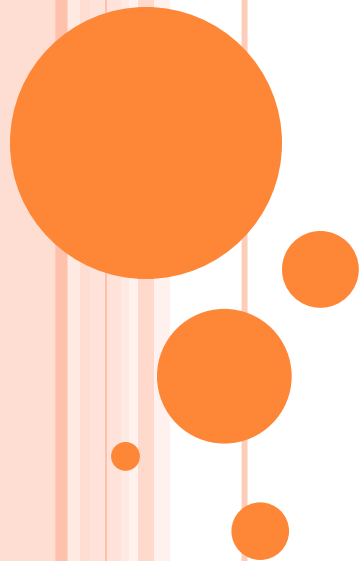
Кафедра психолого-педагогических и театральных дисциплин

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

***НА ТЕМУ: «Принятие управленческих решений в сфере  
оказания услуг»***

**АВТОР РАБОТЫ: АТЯСКИНА СВЕТЛАНА АНДРЕЕВНА**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:**



## АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- В процессе управления непрерывно возникают ситуации, когда руководители различных уровней сталкиваются с необходимостью выбора какого-либо одного из нескольких возможных вариантов действий. Выработка и принятие решения – узловая процедура в деятельности руководителя, которая определяет весь дальнейший ход процесса управления, в особенности конечный результат управленческой деятельности.
- Важнейшим резервом повышения эффективности всего общественного производства является повышение качества принимаемых управленческих решений.



## СТЕПЕНЬ НАУЧНОЙ РАЗРАБОТАННОСТИ ПРОБЛЕМЫ

- Теоретической и методологической базой при написании данной работы послужили труды зарубежных и отечественных исследователей в области разработки и принятия управленческих решений, таких как: И. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, Г. Саймон, А. Стрикленд, С.Фишер, В.В. Глущенко, А.Г. Ивасенко, И.Д. Ладанов, А.Э.Саак, Л. Е. Соколова, Е.И. Бражко, Е.П.Голубков, О.С. Виханский, И.Л. Карданская, Л.И. Лукичева, Р.А. Фатхудинов, Е.Ю. Хрусталеv, Л.П. Яновский и др.



- ▣ **Объектом данного исследования** является процесс разработки и реализации управленческих решений в организациях сферы услуг.
- ▣ **Предмет исследования** – эффективность управленческих решений в организациях сферы услуг.
- ▣ **Цель исследования** – разработать практические рекомендации по оптимизации процесса принятия управленческого решения на предприятиях сферы услуг.
- ▣ **Гипотеза исследования** - процесс принятия решений в рекламном агентстве «ПромоСмарт» требует оптимизации.



**В соответствии с проблемой, объектом, предметом и целью исследования были определены задачи исследования:**

- Раскрыть сущность управленческого решения и рассмотреть его классификации.
- Выявить этапы процесса принятия управленческого решения.
- Выделить методы принятия управленческих решений.
- Дать характеристику деятельности рекламного агентства «ПромоСмарт».
- Проанализировать процесс принятия управленческих решений в рекламном агентстве «ПромоСмарт».



## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЫВОДЫ:

1. Мы определили, что управленческое решение – это, прежде всего творческое и волевое воздействие субъекта управления, основанное на знании объективных законов функционирования управляемой системы и анализе управленческой информации о ее состоянии, направленное на достижение поставленной цели.
2. Процесс принятия и реализации решений представляет собой последовательную смену взаимоувязанных стадий, этапов различных действий руководителя, вскрывающую технологию мыслительных действий, поисков истины и анализа заблуждений, путей движения к цели и средств её достижения.



## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЫВОДЫ:

Проанализировав научную информацию, мы определили, что **методы принятия управленческих решений** — это конкретные способы, с помощью которых может быть решена проблема.

Принято выделять две большие группы методов:

1) методы принятия управленческих решений на основе математического моделирования; 2) методы, основанные на психологических приемах работы в группах.



# РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ



□ **База исследования** - рекламное агентство «ПромоСмарт» (г. Москва) основано 22 октября 2013 года.

Юридический адрес ООО «ПромоСмарт»: Россия, 127106, город Москва, Гостиничная улица, дом 3, офис 08.



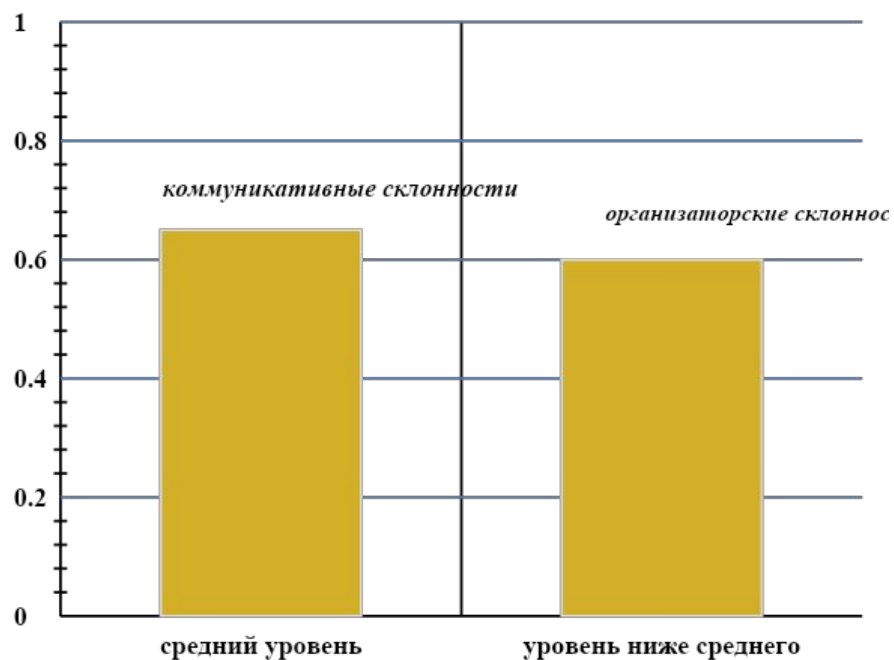
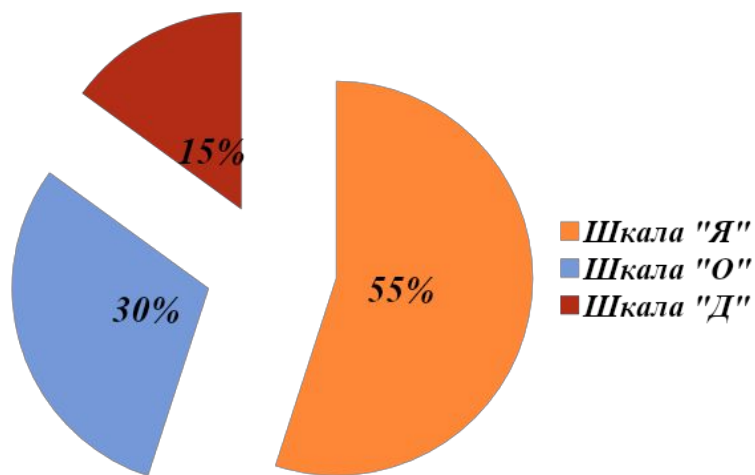


## РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ

□ Мы воспользовались следующими методиками:

- интервью;
- опросник деловой направленности личности (ОДН) (Б. Басс);
  - методика исследования коммуникативных и организаторских склонностей (Синявского – Федорошина);
  - методика опросного типа «Самооценка стиля управления» (Е.П. Ильин).





Название стиля управления/Полученные данные	Авторитарный	Либеральный	Демократический
Количество баллов	8	14	6
Степень выраженности	средняя	высокая	минимальная

**РЕЗУЛЬТАТЫ ДИАГНОСТИКИ ПОЗВОЛИЛИ СДЕЛАТЬ ВЫВОД О ТОМ, ЧТО ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ООО «ПРОМОСМАРТ» ТРЕБУЕТ ПРИНЯТИЯ ОПРЕДЕЛЕННЫХ МЕР ПО ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ.**



## ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ.

- Материалы данного исследования могут быть полезны руководителям учреждений различного типа; будущим и работающим специалистам, осуществляющим управленческую деятельность в организациях сферы услуг. Кроме того, разработанные рекомендации позволяют совершенствовать и улучшать систему принятия управленческих решений на предприятии сферы услуг.



**СПАСИБО**

**ЗА**

**ВНИМАНИЕ!**