



***МЕНЕДЖМЕНТ:
управляйте правильно***

Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-394-03547-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091511> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке.



В учебнике рассматриваются теоретико-методологические основы менеджмента, его функции. Освещаются вопросы стратегии развития компании, внутрифирменного планирования, мотивации и контроля в менеджменте, организации личного труда руководителя (самоменеджмента). Анализируются коммуникационный менеджмент и информационное обеспечение управления, основной продукт труда руководителя, т. е. управленческие решения, их разработка, принятие и реализация. Особое внимание уделено роли человеческого фактора в управлении организацией в условиях рыночной экономики.

Рыжиков, С. Н. Менеджмент: методы управления : учебное пособие / С.Н. Рыжиков. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1039875. - ISBN 978-5-16-015539-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039875> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке



znanium.com

В учебном пособии изложены вопросы, раскрывающие состав и природу методов управления. Рассмотрены методы организационной динамики, этапы эволюции методов управления, характерные черты современных приемов и способов управления. Определены особенности методов, способствующих самоорганизации. Новация в изложенной методике оценки состоит в применении методов управления. Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения. Для студентов вузов по направлениям.



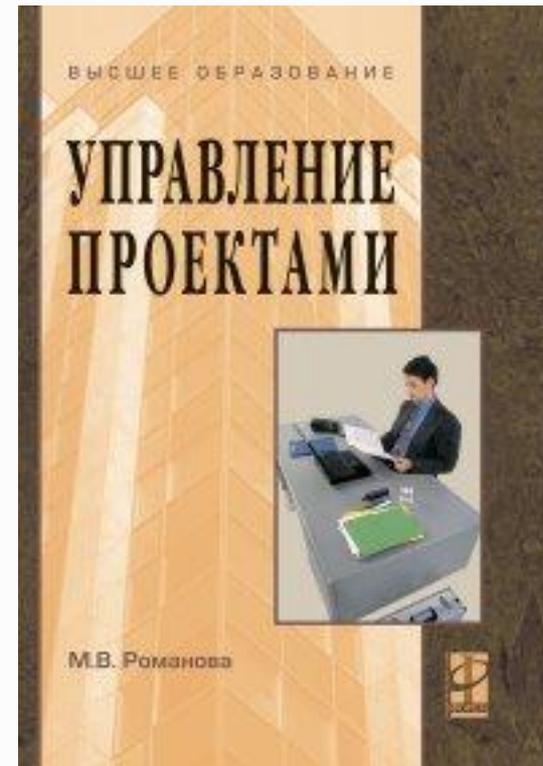
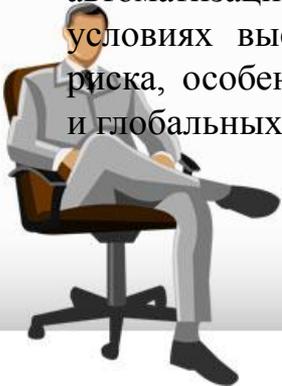
Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учебное пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 256 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005014-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1057222> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке

Современные условия функционирования предпринимательских структур — глобализация, усиление международной и внутренней конкуренции, ужесточившаяся борьба за ресурсы, мировые финансовые и экономические кризисы требуют изменения подходов к управлению. Переход к инновационной экономике выводит такие ресурсы как информация и знания на первое место в процессе завоевания рынков и в качестве ведущих факторов конкурентоспособности компании. Понимание сущности управления с позиции современности невозможно без знания всей истории развития менеджмента как науки.



Романова, М. В. Управление проектами : учебное пособие / М.В. Романова. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. - 256 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0308-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039340> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке

В учебном пособии представлены основные положения современной концепции управления проектами, основанные на изучении специальных литературных источников, достижений смежных отраслей и обобщенного опыта управленческого консультирования. Также в данной работе представлены технологии, основные шаги, алгоритмы, проблемы и преимущества проектного управления. Рассмотрен комплекс вопросов, связанных с процессом разработки и реализацией целей проекта и интеграцией информации по всем стадиям планирования и моделирования альтернативных вариантов проектов. Особое внимание уделяется вопросам ценообразования проектов, анализа бизнес-процессов и технологии автоматизации процесса принятия решений в условиях высокой степени неопределенности и риска, особенно актуальным для инновационных и глобальных проектов.



Поташева, Г. А. Управление проектами (проектный менеджмент) : учебное пособие / Г.А. Поташева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/17508. - ISBN 978-5-16-010873-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055100> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке

В настоящем учебном пособии по дисциплине «Управление проектами» изложена методология финансового планирования и анализа в управлении проектами. Подробно описаны этапы жизненного цикла проекта, источники его финансирования, а также этапы проектного анализа в управлении проектами.

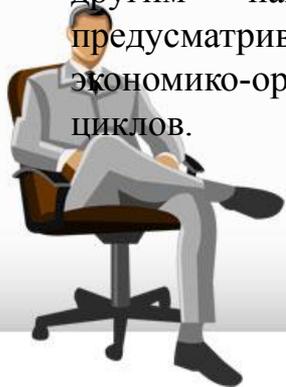
Даны основы методологии бизнес-диагностики анализа оптимизации системы управления компанией и оценки бизнеса.

Учебное пособие написано в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования последнего поколения. Учебное пособие предназначено для студентов, преподавателей и практиков в области экономики и менеджмента.



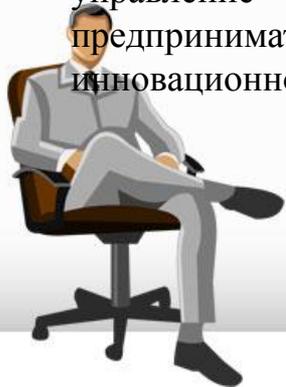
Антонов, Г. Д. Управление проектами организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 244 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a03fa3bd86424.97179473. - ISBN 978-5-16-013132-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1124349> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке.

В учебнике рассматриваются теоретико-методические и практические вопросы управления проектами. Изложено понимание места проектной деятельности в организации, современного состояния управления проектами, классификации проектов, процессов и методов управления сроками, стоимостью, рисками проектов, оценки инвестиционной привлекательности проектов, управления портфелями и программами проектов в организации. Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Менеджмент», «Инноватика», «Государственное и муниципальное управление», а также по инженерным, технологическим и другим направлениям и специальностям, предусматривающим изучение дисциплин экономико-организационного и управленческого циклов.



Управление инновационными проектами: учебное пособие / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов; Под ред. В.Л. Попова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 336 с. : - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010105-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1052440> (дата обращения: 25.09.2020). – Режим доступа: по подписке.

В учебном пособии проанализированы методологические и методические основы управления инновационными проектами — от возникновения идеи до ее реализации в условиях рыночных отношений. Рассмотрены особенности государственного регулирования инновационных процессов, определена связь инновационной деятельности со стратегическим управлением. Описаны все фазы выполнения инновационного проекта: инициирование, планирование, выполнение, завершение. Представлены различные аспекты управления инновационными проектами, в том числе управление маркетингом, бизнес-планирование, информационное обеспечение, финансирование инноваций, управление командой проекта, инновационное предпринимательство, правовое регулирование инновационной деятельности.



Чуланова, О. Л. Технологии кадрового менеджмента : учебник / О.Л. Чуланова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 492 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). —

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b55748fa71948.37733214. - ISBN 978-5-16-014054-4. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/965100> (дата обращения: 22.09.2020). –

Режим доступа: по подписке.

БАКАЛАВРИАТ



УЧЕБНИК



Электронная
версия книги
znaniy.com



Учебник включает анализ современных технологий управления персоналом. Последовательно представлены технологии гуманизации трудовой деятельности персонала организаций, технологии работы с персоналом в различных моделях организации. Рассмотрены современные технологии работы с кадровым резервом организации (управление талантами и развитие «мягких» навыков (Soft skills) руководителей), технологии обучения и развития персонала организации, подбора, отбора и найма персонала, технологии эффективной работы с персоналом организации и технологии оптимизации трудовой деятельности персонала. Учебник подготовлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования

Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-106302-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/995938> (дата обращения: 07.10.2020). – Режим доступа: по подписке.

Университетский курс «Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией» посвящен одной из самых молодых и практико-ориентированных областей научных знаний. В учебнике раскрыта сущность цифровой экономики, представлены теоретические положения и практические рекомендации по управлению электронным бизнесом и электронной коммерцией с позиции трансформации бизнес-моделей под воздействием эволюции цифровых технологий. Особое внимание уделено инновационным технологиям и их влиянию на потребительское поведение, формирование новых рынков и изменение природы компаний, характер конкурентной борьбы с учетом мировых трендов цифровой экономики и особенностей ведения электронного бизнеса в России.



Меняев, М. Ф. Цифровая экономика предприятия : учебник / М.Ф. Меняев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 369 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1045031. - ISBN 978-5-16-015656-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1045031> (дата обращения: 12.10.2020). – Режим доступа: по подписке

Учебник позволяет овладеть основными научными концепциями в области формирования и применения технологии цифровой экономики на предприятии, получить навыки организации цифрового пространства в системе управления предприятием. Дается анализ экономических методов формирования и активного использования интернет-ресурсов в организации наукоемкого производства и бизнеса. Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения. Предназначен для студентов высших учебных заведений, изучающих цифровую экономику, инноватику, менеджмент, промышленную и сетевую логистику.



Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294. - ISBN 978-5-16-013859-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1043213> (дата обращения: 12.10.2020). – Режим доступа: по подписке

В учебнике дается общее представление о цифровой экономике и связанных с ее развитием технологиях, описываются новые объекты управления — платформы и экосистемы бизнеса, новые принципы управления бизнесом и подходы к организации маркетинга с примерами из зарубежной и российской практики.

Материалы могут быть использованы при изучении дисциплин «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Технологическое предпринимательство», «Стратегический маркетинг» и др.

Соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования последнего поколения. Для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент».



Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21026. - ISBN 978-5-16-012042-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/995939> (дата обращения: 07.10.2020). – Режим доступа: по подписке

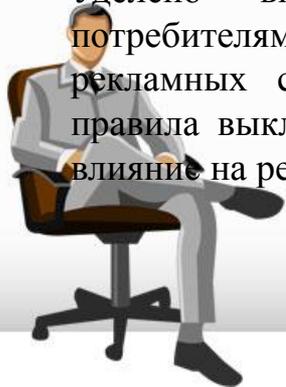


В учебнике излагаются основные сведения о структуре рынков информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), методах их исследования, оценки привлекательности и прогнозирования, критерии и методика сегментирования. Рассматриваются вопросы организации отдела продаж IT-компании, включающие анализ организационных форм, численности отдела, методов оплаты труда и нематериального стимулирования специалистов, занимающихся продажами ИКТ-продуктов. Изложена методика стратегических продаж комплексных IT-решений, техника ведения переговоров и основы нейролингвистического программирования.

В учебнике уделено внимание особенностям продаж и продвижению ИКТ-продуктов через Интернет, рассмотрены возможности использования CRM-систем. Изложены принципы организации партнерских отношений с клиентами.

Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1014653> (дата обращения: 07.10.2020). – Режим доступа: по подписке

В учебнике рассмотрены базовые вопросы, касающиеся поведения потребителей, на принципе моделирования процессов принятия решений о покупке, поведения покупателей в торговом зале магазина и на торговых интернет-площадках. Предложена классификация моделей поведения потребителей, в основу которой положены исследования в области экономической, социальной и психологической теорий, а также эмпирические данные, касающиеся принятия решений потребителями при покупке товаров, в том числе в интернет-магазинах. Изложены методы качественных и количественных исследований поведения потребителей, основы статистической обработки эмпирических данных. Уделено внимание процессам восприятия потребителями торговых марок (брендов) и рекламных сообщений, рассмотрены основные правила выкладки товаров (мерчандайзинг) и ее влияние на решение потребителя.

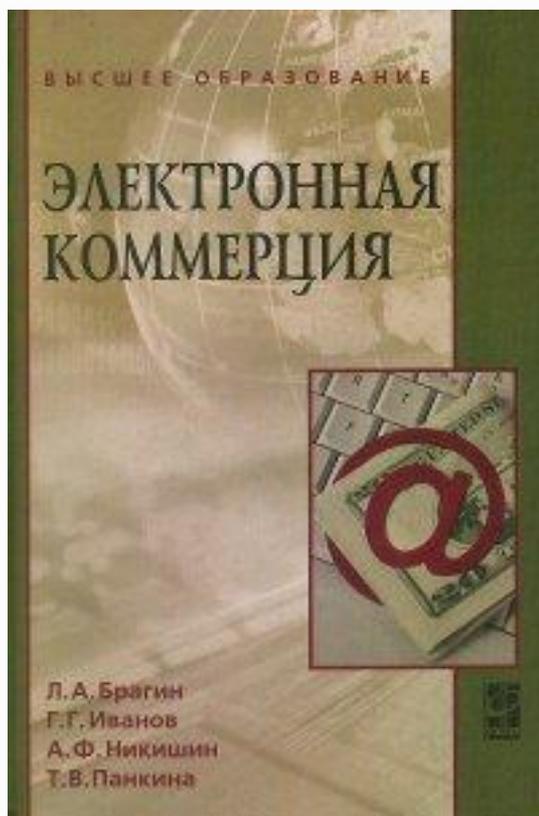


Малое предпринимательство. Организация, развитие и управление малым предприятием : учебник / под науч. ред. Г.Л. Багиева, В.Ю. Бутова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 582 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-016113-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1082299> (дата обращения: 07.10.2020)



В учебнике раскрывается экономическая сущность истории становления и развития малого предпринимательства, охарактеризована система государственной поддержки малых предприятий, представлены основы организации маркетинговой деятельности в условиях формирования цифровой платформы фирмы. Показана роль формирования благоприятной среды для развития и обеспечения экономической безопасности малого предпринимательства, приведен практический материал по бизнес-планированию, организации своего бизнеса и обеспечению эффективной деятельности малых предприятий, анализируется механизм прекращения деятельности предпринимательских организаций и их банкротства. Предназначен для бакалавров, магистрантов, аспирантов, специалистов по всем направлениям подготовки, преподавателей и предпринимателей.

Электронная коммерция : учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. - 192 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1044009> (дата обращения: 07.10.2020). – Режим доступа: по подписке



Учебник посвящен ключевым вопросам прикладного использования интернет-технологий для организации коммерческой работы. Рассмотрены системы, формы и инструменты электронной коммерции, принципы информационной безопасности, методы организации оптовой и розничной электронной торговли, основные способы стимулирования продаж в Интернете, электронная коммерция в индустрии услуг. Излагаются организационные и правовые аспекты электронной коммерции.



Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-014784-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1003504> (дата обращения: 12.10.2020). – Режим доступа: по подписке.

Учебник подготовлен коллективом авторов первой российской кафедры маркетинга Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. В учебнике сочетаются современная теория, прикладные аспекты и практика маркетинга, отражены важные современные тенденции экономики, которые влияют на бизнес и на маркетинговую деятельность: важность факторов экологии, социальной ответственности маркетинга, изменения, происходящие в связи с развитием цифровой экономики, адаптации маркетинговой деятельности в интернет-среде, в социальных медиа, при использовании маркетингом мобильных приложений. Студентам образовательных организаций высшего образования, обучающимся по направлениям подготовки бакалавриата «Менеджмент» и «Экономика».



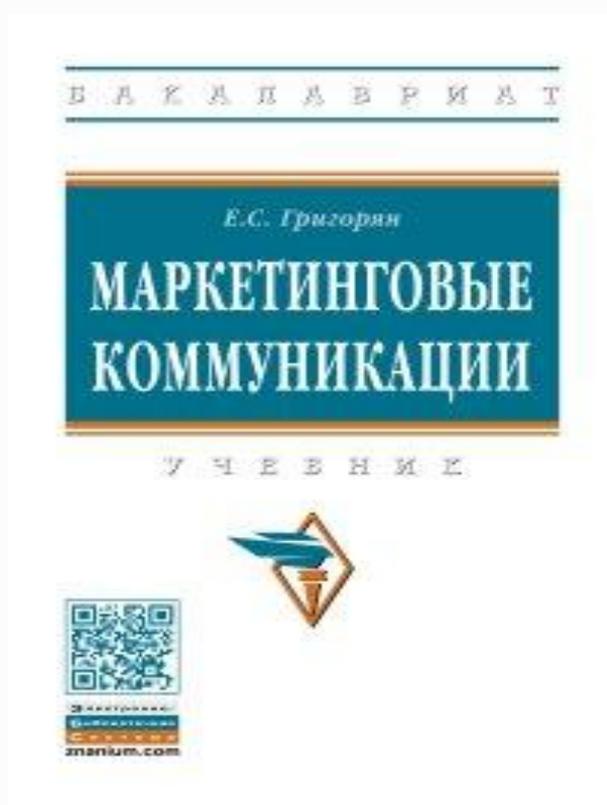
Лапыгин, Ю. Н. Управленческий консалтинг : учебник / Ю.Н. Лапыгин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 330 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24402. - ISBN 978-5-16-012366-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1062656> (дата обращения: 12.10.2020). – Режим доступа: по подписке.



В учебнике собран систематизированный материал по ключевым темам дисциплины «Управленческий консалтинг», включающий сведения о целях и задачах консалтинговой работы, организации системы консультирования, приемах и методах диагностики и тестирования исследуемых объектов, среди которых могут быть предприятия и организации, управленческие системы, трудовые и учебные коллективы. В состав учебника включены упражнения, деловые игры, тесты, разборы конкретных ситуаций, возникающих в бизнес-среде, на материалах которых могут быть построены практические учебные занятия. Тематический охват и глубина изложения материала учебника полностью соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования последнего поколения.

Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1002563> (дата обращения: 12.10.2020). – Режим доступа: по подписке

Учебник знакомит с основными инструментами маркетинговых коммуникаций — такими как реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, спонсоринг, брендинг, и дает представление о вопросах их организации, планирования, бюджетирования и оценки эффективности. Особое внимание уделено особенностям формирования коммуникативной политики и стратегии предприятия. Представлены задания для семинарских занятий: тесты, практические ситуации, контрольные вопросы. Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения и программ подготовки бакалавров.



Сироткин, С. А. Стратегический менеджмент : учебник / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/958515. - ISBN 978-5-16-013815-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/958515> (дата обращения: 13.10.2020). – Режим доступа: по подписке

В учебнике излагаются основы стратегического менеджмента на промышленном предприятии. В частности, рассмотрены понятие и виды стратегий промышленного предприятия, изложены методологические основы формирования корпоративной, деловой и функциональных стратегий, а также представлены подходы к оценке эффективности стратегии и методы выбора оптимальной стратегии промышленного предприятия. Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения. Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Менеджмент», аспирантов, преподавателей и специалистов в области стратегического менеджмента.

