

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие автора. Когда и зачем я написал <i>Энциклопедию менеджмента</i>	13
Часть I. Менеджмент	17
Глава 1. Менеджмент как социальная функция и как искусство	19
Зарождение менеджмента и основные этапы его развития	20
Менеджмент и предпринимательство	26
Ответственность менеджмента	27
Что такое “менеджмент”?	28
Управление как искусство	31
Глава 2. Система координат менеджмента	33
Миссия	34
Эффективность работы персонала	35
Социальная ответственность	35
Глава 3. Цель и задачи коммерческого предприятия	37
Цель коммерческой фирмы	40
Какой должна стать наша фирма	47
Задачи в сфере маркетинга	52
Задачи в сфере инновации	55
Задачи в сфере ресурсов	56
Задачи в сфере производительности	57

Задачи в социальной сфере	58
Минимально необходимая прибыль	59
Глава 4. Уроки некоммерческих организаций	61
Приверженность принципам менеджмента	62
Эффективное использование совета директоров	66
От каждого — по способностям	69
Учиться, учиться и еще раз учиться	71
Предупреждение коммерческим организациям	74
Глава 5. Социальное влияние и социальные проблемы	77
Ответственность за воздействие	78
Как контролировать воздействия на общество	79
Социальные проблемы и новые возможности	82
Границы социальной ответственности	85
Пределы властных полномочий	88
Морально-этические аспекты ответственности	91
Что такое “неумышленный вред”	93
Глава 6. Новая парадигма менеджмента	97
Менеджмент — это менеджмент бизнеса	98
Единственно правильный тип организационной структуры	100
Единственно правильный способ управления персоналом	105
Технологии и конечное использование постоянны и заданы	109
Деятельность менеджмента ограничена юридически	115
Деятельность менеджмента ограничена политически	118
Менеджмент ограничен внутренней средой организации	120
Глава 7. Какая информация нужна предприятию	123
От исчисления себестоимости к контролю результата	124
От юридической фикции к экономической реальности	128
Информация для создания благосостояния	132
Где же результаты?	138
Глава 8. Управление на основе поставленных целей и самоконтроля	143
Дезорганизация	144
Цели менеджера	146

Руководство на основе принуждения	147
Кто и как ставит цели перед менеджерами?	148
Самоконтроль через измерение эффективности	151
Отчеты и внутренние процедуры компании	154
Философия менеджмента	157
Глава 9. Базовые принципы кадровой политики	159
Базовые принципы	160
Этапы принятия решения	161
Зона особого риска	165
Глава 10. Предпринимательский бизнес	169
Структуры	171
Самые распространенные ошибки	175
Глава 11. Новое венчурное предприятие	179
Потребность в ориентации на рынок	181
Планирование доходов и расходов	184
Формирование команды топ-менеджеров	188
“Где я принесу наибольшую пользу?”	193
Потребность в советах со стороны	197
Глава 12. Предпринимательские стратегии	199
“Блицкриг”	200
“Удар в спину”	203
“Творческая имитация”	203
“Предпринимательское дзюдо”	207
“Экологическая ниша”	213
“Шлагбаум”	213
Стратегия особого умения	215
Стратегия особого рынка	219
Создание потребителя	222
Выбор оптимальной цены	223
Реалии потребителя	225
Создание ценности для потребителя	227

Часть II. Человек	231
Глава 13. Учись быть эффективным	233
Зачем нам эффективность	234
Кто такой руководитель?	236
Реалии руководителя	239
Перспективы эффективности	244
Как научиться эффективности	247
Глава 14. Ориентация на личный вклад	251
Личная ответственность	252
Знания как личный вклад	256
Здоровый климат в организации	258
Глава 15. Сильные стороны и ценности работника	263
Мои способности и сильные стороны	264
Мой стиль работы	266
Моральные принципы	269
Где мое место?	270
Глава 16. Управление временем	273
Потребность во времени	275
Точная оценка времени	280
Как избавиться от “пожирателей времени”	284
Объединение “полезного времени”	289
Глава 17. Эффективные решения	293
Процесс принятия решения	295
1. Четыре типа ситуаций	295
2. Граничные условия	298
3. Критерий “правильного решения”	300
4. Практическое воплощение	302
5. Обратная связь	303
Мнения вместо фактов	305
Добивайтесь несогласия	308
Нужно ли принимать решение?	311

Глава 18. Функциональные коммуникации	317
Коммуникация — это восприятие, ожидание и потребности	318
Коммуникация и информация	321
Нисходящая и восходящая коммуникация	321
Управление на основе целей	322
Глава 19. Профессиональные лидеры	325
Работа, ответственность и заслуженное доверие	327
Глава 20. Принципы инновации	331
Инновация как практика	331
Что нужно делать	332
Чего не следует делать	334
Три условия успешной инновации	336
Консервативный новатор	337
Глава 21. Вторая половина жизни	339
Три способа интересно прожить вторую половину жизни	341
Личная революция	344
Трансформация общества	345
Глава 22. Образованный человек	347
Основа общества знаний	349
Общество знаний и общество организаций	352
Технические дисциплины и образованная личность	353
Учиться, чтобы учиться дальше	354
Часть III. Общество	357
Глава 23. Столетие социальных преобразований — зарождение общества знаний	359
Крестьяне и домашняя прислуга	360
Расцвет и падение пролетариев	361
Возвышение работника умственного труда	365
Зарождение общества знаний	368
Общество наемных работников	370
Социальные задачи	374
Новый плюрализм	378
СОДЕРЖАНИЕ	11

Глава 24. Зарождение предпринимательского общества	383
Неэффективность планирования	386
Систематическая ликвидация	386
Испытание для каждого из нас	387
Глава 25. Становление гражданина и социальная сфера	393
“Третий сектор”	394
Потребность в общине	396
Доброволец как гражданин	398
Глава 26. От анализа к восприятию — новое мировоззрение	403
Социальное воздействие информации	404
Форма и содержание	407
От анализа к восприятию	409
Послесловие. А что дальше?	415
Предметный указатель	418