

ЗМІСТ	111
2.1. Зміст і завдання управління маркетингом	114
2.2. Сутність, середовище та цілі маркетингової діяльності	120
2.3. Маркетинговий менеджмент: загальні принципи управління та функції. Поняття маркетингової діяльності	121
2.4. Організація структури управління маркетингом	126
2.5. Мониторинг і контроль у маркетинг-менеджменті	170
2.6. Етика маркетинг-менеджера	178
2.7. Забезпечення впровадження маркетингової технічної продукції	182
ВСТУП	11
Розділ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ. СИСТЕМНА МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.	14
1.1. Природа організації	15
1.2. Характеристики організації	16
1.3. Класифікація організацій	18
1.4. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації, їх взаємозв'язок і взаємозалежність	32
1.5. Життєвий цикл організації та особливості управління на кожній стадії життєвого циклу	38
1.6. Принципи та функції управління	43
1.7. Моделі організації як об'єкта управління	48
1.8. Організація як система	52

Розділ 2. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЮ ПІДСИСТЕМОЮ ОРГАНІЗАЦІЇ....	58
2.1. Зміст і завдання управління маркетингом	59
2.2. Сутність, середовище та цілі маркетингової діяльності організації.....	60
2.3. Маркетинговий менеджмент: процес управління та функції. Планування управління маркетингом	62
2.4. Організація структури управління маркетингом ...	68
2.5. Мотивація і контроль у маркетинг-менеджменті....	70
2.6. Етика маркетинг-менеджера	76
2.7. Забезпечення виробництва матеріально-технічними ресурсами	78
Розділ 3. УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ КОМЕРЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	85
3.1. Зміст і значення комерційної діяльності підприємства	86
3.2. Зміст комерційної функції. Комерційний розрахунок	89
3.3. Управління реалізацією комерційної функції. Підприємницький менеджмент	90
3.4. Комерційна діяльність та маркетинг.....	93
Розділ 4. СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	98
4.1. Управління конкурентоспроможністю. Оцінка конкурентних можливостей фірми	99
4.2. Аналіз конкурентів	101
4.3. Аналіз рушійних сил галузі.....	104
4.4. Аналіз поведінки фірм-конкурентів	106
4.5. Визначення галузевих ключових факторів успіху	107

4.6. Оцінка привабливості та перспектив розвитку галузі	108
4.7. Аналіз споживачів	110
4.8. Методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на фірму	114
Розділ 5. УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЮ ПІДСИСТЕМОЮ	120
5.1. Організація як соціальна система. Поняття соціального управління	121
5.2. Соціальна ефективність управління.....	126
5.3. Організаційна культура як чинник і середовище формування соціально-психологічної підсистеми управління	129
5.4. Суть і функції соціального партнерства і соціальної відповідальності	135
Розділ 6. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ПІДСИСТЕМОЮ ОРГАНІЗАЦІЇ	142
6.1. Поняття фінансово-економічної підсистеми організації. Зміст фінансового менеджменту	143
6.2. Стратегія, тактика і політика управління фінансами	148
6.3. Організаційна структура фінансового менеджменту	157
6.4. Функції фінансового менеджера.....	160
Розділ 7. ФІНАНСОВІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАЙНА ОРГАНІЗАЦІЇ	164
7.1. Сутність фінансів підприємств, принципи їх організації та зміст	165
7.2. Функції фінансів підприємств та їх характеристика	169
7.3. Фінансові ресурси підприємств, їх склад і характеристика	172

7.4. Особливості організації фінансів підприємств різних форм власності.....	175
Розділ 8. УПРАВЛІННЯ РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ	191
8.1. Основні поняття теорії ризику. Характерні риси ризику	192
8.2. Сутність і класифікація господарських ризиків	193
8.3. Міра ризику	199
8.4. Показники ризику і методи його оцінки	203
8.5. Види втрат ризику.....	204
8.6. Управління господарським ризиком. Ризик-менеджмент.....	209
8.7. Методи стратегічного ризик-менеджменту	216
8.8. Деякі види ризиків та моделі управління ними.....	217
Розділ 9. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В КРИЗОВОМУ СТАНІ	236
9.1. Поняття, сутність, основні ознаки та джерела виникнення кризових ситуацій.....	237
9.2. Фази та економічні прояви кризового стану підприємства	239
9.3. Антикризовий процес та критерії його ефективності	242
9.4. Сутність та принципи антикризового фінансового менеджменту	245
9.5. Методи діагностики банкрутства підприємства	250
9.6. Правове та організаційне забезпечення санаційних і ліквідаційних процедур	257
9.7. Санація підприємства. Форми та джерела її проведення	262

Розділ 10. ПРОЕКТУВАННЯ ТА АНАЛІЗ	
ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР.	
УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ	277
10.1. Теоретичні основи та завдання проектування організацій.....	278
10.2. Фактори, чинники та етапи формування організаційних структур	282
10.3. Централізація і децентралізація побудови організаційної структури	285
10.4. Види й типи організаційних структур та умови їх ефективного застосування.....	291
10.5. Нове в типах організацій	300
10.6. Рівні апарату управління та їх функції.....	310
10.7. Стратегія організаційних змін	314
10.8. Реінжиніринг в організаціях	320
Розділ 11. ДІАГНОСТИКА УПРАВЛІННЯ. ЕФЕКТИВ-	
НІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	325
11.1. Основні поняття і принципи управлінського консультування	326
11.2. Сфери застосування і цілі управлінського консультування	329
11.3. Зміст і послідовність консалтингових процедур.....	331
11.4. Результативність як об'єкт управління	333
11.5. Ефективність менеджменту	336
11.6. Принципи створення ефективної організації....	344
11.7. Управління за цілями	348
11.8. Управління за результатами: фінський досвід ...	354
Розділ 12. ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОГО	
МЕНЕДЖМЕНТУ	362
12.1. Корпорація як форма бізнесу	363

12.2. Корпоративний менеджмент: основні поняття	365
12.3. Основні елементи системи ефективного корпоративного менеджменту	369
12.4. Моделі корпоративного менеджменту	371
12.5. Учасники корпоративного менеджменту	378
12.6. Механізми корпоративного менеджменту	382
12.7. Здійснення внутрішнього контролю в системі корпоративного менеджменту	385
12.8. Специфіка державного управління корпораціями	387
12.9. Сутність і регулювання корпоративних конфліктів	388
12.10. Проблеми розвитку корпоративного менеджменту в Україні	392
КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....	400
ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ	452