

Доклад на тему «Специальные функции менеджмента» по предмету проектная деятельность.

Татарников Максим А-07-22

НИУ МЭИ Москва 2023

Преподаватель Вовк М.В.



Оглавление

Специальные функции	2
Деловая коммуникация	2
Управление персоналом.....	2
Управление конфликтами.....	3
Управление имиджем.....	3
Управление рисками	4
Финансовый менеджмент	4
Управление инновациями.....	4
Управление корпоративной культурой	5

Специальные функции

Менеджмент - это искусство управления, и для достижения успеха в бизнесе необходимо понимать различные аспекты этого искусства. Одним из ключевых элементов менеджмента являются специальные функции, которые помогают руководителям эффективно управлять своей командой и достигать поставленных целей.

Список специальных функций:

- Деловые коммуникации
- Управление персоналом
- Управление конфликтами
- Управление корпоративным имиджем
- Управление рисками
- Финансовый менеджмент
- Управление инновациями
- Управление корпоративной культурой

Деловая коммуникация

Коммуникация — обмен информацией между людьми. Как утверждают исследователи, 70% рабочего времени приходится на неё: человек говорит, читает, пишет, слушает, смотрит видео.

Деловая коммуникация — это обмен информацией между людьми для решения рабочих задач и достижения профессиональных целей. Если проще, то это любое общение по рабочим вопросам. Неважно, кто вы — фрилансер или сотрудник компании. Также неважно, общаетесь вы письменно или устно.

В деловую коммуникацию вовлечены все — даже те, кто не работает в найме, и те, кто вообще не работает, — потому что диалог в магазине тоже можно рассматривать как деловое общение. У него есть цель: покупатель хочет приобрести качественный товар, продавец — продать его и получить премию.

Для форм коммуникации исследователи предлагают разные классификации. Самые распространённые формы такие:

- совещания;
- собрания;
- переговоры;
- презентации;
- деловая переписка;
- деловой разговор.

Некоторые из этих форм могут приобретать жанровую окраску. Например, обмениваться информацией можно в форме спора, диспута, дебатов или торгов.

Для деловой коммуникации используют разные каналы: телефонный звонок, беседу, Telegram, «ВКонтакте», email.

Управление персоналом

Управление персоналом — это деятельность организации, связанная с наймом сотрудников, их обучением, удержанием, мотивацией, выплатами вознаграждений и развитием.

Чтобы разобраться в HR-функциях, стоит посмотреть на путь сотрудника в компании — Employee Journey Map. Этот путь можно разделить на шесть этапов, и они будут соответствовать шести основным HR-функциям.

- Когда будущий сотрудник ищет работу, этот этап соответствует HR-функции рекрутмента.
- Потом его оформляют — подключается функция кадрового администрирования.
- После этого новому сотруднику нужно адаптироваться и приступить к работе — это функция адаптации персонала.
- Работнику начинают платить зарплату — это HR-функция «компенсации и льготы», известная также как C&B — Compensations and Benefits.
- Если компания обучает работника, то это HR-функция «обучение и развитие».
- Через какое-то время работу сотрудника будут оценивать. Его могут переводить на новые должности или повышать — это функция «оценка и развитие».

Управление конфликтами

Управление конфликтами – это деятельность, направленная на разрешение споров и устранение разногласий между сторонами, отстаивающими различные точки зрения. Конечной целью такой деятельности является полное урегулирование конфликта, то есть достижение взаимного согласия. Каждая сторона должна выйти из ситуации с чувством удовлетворенности и выгоды, которую она получила для себя.

Основная цель управления конфликтами состоит в предупреждении деструктивных ситуаций.

Конфликт — это сигнал о сбое, который возник в процессе коммуникаций. Неумелое управление конфликтами может усугубить ситуацию. Поэтому разрядить ее нужно как можно быстрее, стараясь не допускать ошибок и просчетов, которые могут стать причиной роста напряженности.

Управление имиджем

Управление репутацией компании начинается на этапе открытия компании. Положительно сформированный имидж и репутация позволяют комфортно проводить продажи и устойчиво противостоять конкурентам.

Технологии формирования имиджа:

- **Лояльности клиентов.** Чем лучше клиент относится к вашей компании, тем дольше он с ней останется.
- **Различимости бренда.** Ваше Уникальное Торговое Предложение должно быть по-настоящему комплексным и гармоничным, и имидж бренда будет способствовать этому.
- **Уменьшению затрат на продвижение новых предложений, услуг, товаров, продуктов.** Чем лучше вы развиты в имиджевом плане, тем меньше ваши расходы на маркетинг — о вас и так знают, за вами и так следят, у вас и так покупают!

- **Привлекательности предприятия, как работодателя.** Мы уже говорили, что сотрудники сами будут рассказывать о крутости вашего продукта, но ещё они будут рассказывать, как круто у вас работать, привлекая тем самым в компанию по-настоящему лучших специалистов и развивая её.
- **Увеличению конкурентоспособности.** Этот пункт особенно важен в наши кризисные и вирусные времена. Чем устойчивее ваш имидж, тем дольше с вами ваши постоянные клиенты, тем стабильнее вы будете себя чувствовать на рынке и тем конкурентоспособнее вы будете по отношению как к другим компаниям, так и к внешним угрозам, вроде кризисов и внезапных пандемий.

Управление рисками

Управление рисками — процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией.

В современной экономической науке нет одного устоявшегося определения категории риск, а существует несколько традиций определения, опирающихся на разные родовые категории определения, поэтому под риском могут понимать:

Финансовый менеджмент

Финансовый менеджмент – это функция, которая связана с планированием, координацией и контролем финансовых ресурсов организации. Она включает в себя такие подфункции, как бюджетирование, финансовый анализ, управление денежным потоком и т.д.

Управление инновациями

Управление инновациями сегодня является центральным вопросом для многих компаний. Если это не является приоритетом для вашего бизнеса, вы рискуете застоем в предложении продукции и можете поддаться постоянно присутствующей угрозе срыва.

Управление инновациями, или система управления инновациями, — это процесс управления новыми идеями, от идеи до принятия мер и воплощения их в жизнь. Этот подход состоит из четырех отдельных этапов:

- Генерирование — мозговой штурм и участие сотрудников для выявления скрытых концепций.
- Фиксация — запись идей в такой форме, чтобы ими можно было легко поделиться с ключевыми заинтересованными сторонами.
- Оценка — обсуждение и критика инновационных идей, чтобы понять, соответствуют ли они вашим потребностям.
- Определение приоритетов — принятие решения о том, какие инновационные идеи будут реализованы, чтобы максимально использовать время и другие ресурсы вашей компании.

Инновационный менеджмент формирует и получает информацию от бизнес-целей высокого уровня, которые создают значительную ценность для вашей организации. Определенные действия и практики станут результатом ваших инноваций, так же как и ваши инновации станут ответом на ваше видение бизнеса и возникающие проблемы.

Для внедрения эффективных процессов управления инновациями вам необходимы отличная коммуникация между сотрудниками на всех уровнях и среда сотрудничества для выявления дополнительных инновационных идей.

Управление корпоративной культурой

Ключом к успешной организации является культура, основанная на устойчивом и широко распространенном наборе убеждений и ценностей, которые поддерживаются стратегией и структурой. Когда в организации сильная (и здоровая) корпоративная культура, происходят три вещи: сотрудники знают, какой реакции ожидает от них руководство, сотрудники верят, что ожидаемая реакция является правильной, и сотрудники знают, что они будут вознаграждены за демонстрацию ценностей организации.

Приведем пример: допустим, об условной компании запустили неприятный слух в интернете. Сотрудники, если, конечно, слух действительно ложный, не поддерживают клевету, не поднимают панику и продолжают работать. Руководство закономерно благодарит подчиненных за поддержку в неприятной ситуации и спокойно занимается поиском распространителя информации, не отвлекаясь на успокаивание сотрудников.

Однако ситуации бывают разные, и для того, чтобы корпоративная культура помогала сохранять стафф, нужно множество простых и направленных на пользу как бизнесу, так и сотрудникам правил. А еще нужно вовремя реагировать, если атмосфера в компании становится нездоровой и быть готовым меняться. О том, как за всем уследить и грамотно управлять корпоративной культурой, рассказываем в этой статье.

Работодатели играют жизненно важную роль в сохранении сильной культуры. Все начинается с набора кандидатов, которые будут разделять убеждения организации и преуспевать в этой культуре. Согласитесь, не стоит звать в международную интернациональную компанию человека с предубеждениями против других национальностей! Затем разрабатываются программы ориентации, обучения и управления эффективностью сотрудников. Продумывается грамотный оффбординг на случай, если придется уволить кого-то из персонала.

Здесь очень многое зависит от HR и руководства. Руководители успешных компаний живут корпоративной культурой каждый день и изо всех сил стараются передать корпоративные ценности как давно работающим сотрудникам, так и новичкам. И CEO, и топ-менеджеры, и тимлиды, и HR должны понимать ценности, важные для компании, а еще то, как эти ценности определяют их бизнес и его функционирование. Лидеры компании играют важную роль в формировании и поддержании корпоративной культуры. Если сами руководители не вписываются в культуру организации, они часто не справляются со своей работой или увольняются из-за несоответствия требованиям.

Поэтому при найме руководителей высшего звена нужно обращать внимание не только на навыки, но и на способность вписываться в культуру компании. Тогда можно ожидать и стабильного роста прибыли, и комфорта на рабочем месте для всех. И наоборот, неэффективная культура может разрушить организацию и ее руководство. Незаинтересованные сотрудники, высокая текучесть кадров, плохие отношения с клиентами и низкая прибыль — вот примеры того, как неправильная культура может негативно повлиять на итоговый результат.

Как правило, культура организации основана на ценностях, полученных из основных предположений о следующем:

- Человеческая природа.

Являются ли люди по своей природе хорошими или плохими, изменчивыми или неизменными, активными или нет? Из этой идеи следует и представление о том, как должны взаимодействовать сотрудники, клиенты и поставщики и как ими следует

управлять. Будете ли вы ставить на компьютеры сотрудников приложения-детекторы, следящие, достаточно ли времени разрабы сидят в Jira и Confluence?

- Отношение организации к окружающей среде.

Как организация определяет свой бизнес и своих клиентов? Будете ли вы поощрять субботники и очистку ближайших парков от мусора? А как насчет установки контейнеров для раздельного сбора мусора на кухне?

- Соответствующие эмоции.

Какие эмоции следует поощрять к выражению, а какие следует подавлять? Стоит ли нанимать корпоративного психолога?

- Эффективность.

Какие показатели показывают, хорошо ли работает организация и ее отдельные компоненты? Как выстраивать KPI и стоит ли постоянно повышать их?

Организация будет эффективной только тогда, когда культура поддерживается соответствующей бизнес-стратегией и структурой, подходящей как для бизнеса, так и для желаемой корпоративной культуры. А культура в корпорации может проявляться по-разному, включая поведение руководства, стили общения, внутренние сообщения и корпоративные праздники.