

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/26224>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент организации

Введение 3

Глава 1. Понятие миссии, стратегии и целей организации 4

1.1. Формулировка и разработка миссии организации 4

1.2. Цели организации как развитие миссии 10

Глава 2. Практика построения миссии и стратегии на примере крупных предприятий 16

2.1. Институциональные аспекты миссии и стратегии в корпоративном управлении 16

2.2. Современное состояние стратегического управления в крупных компаниях 17

Заключение 23

Список использованной литературы 25

Введение

Актуальность темы. Для того, чтобы конкурировать в сложной и быстроизменяющейся современной обстановке, фирма должна определиться с теми, кто управляет разработкой стратегии - стратегическими менеджерами. Их задача - обеспечение деятельности всей организации по определенному направлению (часто их называют комплексными менеджерами).

В новых условиях необходимо уметь оценивать потенциал способности предприятия проводить инновационные преобразования, который в первую очередь зависит от реакции участников на возникающие в этой связи изменения их статуса. Внутри и за пределами предприятия институциональный аспект решений об инновациях становится едва ли не определяющим, поскольку инновационные решения чреваты очень высокими транзакционными издержками из-за противоречий между разными группами участников, имеющими свои, ярко выраженные или, напротив, латентные интересы, и трудностей достижения компромисса интересов между ними.

В такой ситуации очень высока вероятность того, что компромисс интересов будет достигнут на таком уровне транзакционных издержек, который превысит все ожидаемые выгоды от данного решения. Непонимание этой опасности связано с ментальной инерцией, проявляющейся в привычке считать ценой решения комбинацию затрат привлекаемых ресурсов, а не транзакционные издержки как цену достижения компромисса между разными группами участников.

Цель работы - характеристика взаимосвязи миссии организации с её целями. В соответствии с поставленной целью задачи работы предусматривают:

1. Характеристику стратегического менеджмента организации при формировании целей;
2. Анализ формирования миссии организации.

Глава 1. Понятие миссии, стратегии и целей организации

1.1. Формулировка и разработка миссии организации

Миссия фокусируется на текущей предпринимательской деятельности организации и определяет направления развития компании. Нередко в миссии не формулируются конкретные количественные значения важнейших показателей, определяющих конкурентоспособность организации. Она представляет собой констатацию стратегического видения руководства относительно конкурентной позиции организации и характеризует положение и взаимодействие организации с внешней средой. Миссия определяет общее направление развития организации. Стратегические установки ориентированы вовнутрь организации, они нацелены на мобилизацию персонала для достижения целей и задач. По сравнению с миссией формулировки целей более конкретны и имеют количественные оценки.

В стратегическом управлении определение целей складывается из следующих этапов:

Преобразование видения в специфические исполнительские цели (как правило, с помощью what-if анализа). Создание критериев контроля достижения целей в виде конкретно и однозначно определяемых количественных и качественных показателей-индикаторов успешности реализации поставленных целей и задач. При этом следует иметь в виду, что, если не удастся найти конкретных критериев достижимости цели, возникает необходимость пересмотра стратегических целей, уточнение их формулировок и интерпретации.

Стимулирование организации к тому, чтобы она могла стать изобретательной и сфокусированной при реализации стратегии, т. е. при неизменности курса стратегического развития организации ее реальные стратегии Должны быть достаточно оригинальны, при этом необходимо обеспечить их соответствие текущей ситуации на рынке и внутри организации.

4. Разработка процедур (внутрифирменных правил принятия решений), направленных на предотвращение чрезмерного роста издержек, если цели требуют гибкости и адаптации к изменению ситуации.

Стратегические задачи связаны с проблемами, которые возникают как во внешней сфере организации, так и внутри нее при реализации выбранной организацией стратегии.

Стратегическая задача - это проблема, связанная с предстоящим событием вне организации или внутри нее, которое может повлиять на способность организации достигать поставленных целей. В литературе стратегические задачи разделяют на задачи, связанные с новыми открывающимися возможностями или сильными сторонами фирмы, которые важно использовать, и задачи, связанные с внешними угрозами или слабыми сторонами организации.

В широком понимании миссия - это философия и предназначение, смысл существования организации. В узком понимании миссия - это сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация, т.е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

Миссия должна вырабатываться с учетом следующих пяти факторов:

история фирмы, в процессе которой вырабатывалась философия фирмы, формировался ее профиль и стиль деятельности, место рынке и т.п.;

существующий стиль поведения и способ действия собственников и управленческого персонала;

состояние среды обитания организации;

ресурсы, которые она может привести в действие для достижения своих целей;

отличительные особенности, которыми обладает организация.

Хорошо сформулированная миссия проясняет то, чем является организация, и какой она стремится быть, а также показывает отличие организации от других, ей подобных. Для этого в сопровождающей миссию ее расшифровке должны быть отражены:

целевые ориентиры организации, отражающие то, на решения каких задач нацелена деятельность организации, и то, к чему стремится организация в своей деятельности в долгосрочной перспективе;

сфера деятельности организации, отражающая то, какой продукт организация предлагает покупателям, и то, на каком рынке организация осуществляет реализацию своего продукта;

философия организации, находящая проявление в тех ценностях и верованиях, которые приняты в организации;

возможности и способы осуществления деятельности организации, отражающие то, в чем сила организации, в чем ее возможности для выживания в долгосрочной перспективе, каким способом и с помощью какой технологии организация выполняет свою работу, какие для этого имеются ноу-хау и передовая техника.

Наряду с вышеперечисленными характеристиками организации при формировании миссии важным является отражение в содержании и форме изложения миссии имиджа, которым обладает организация.

Управление хозяйственной деятельностью, как таковое в целом, являет собой систему методов диагностики факторов, которые определяют возможность достижения хозяйственных целей предприятия. Таким образом, если речь идет об экономическом управлении, то приоритетными стоит рассматривать цели на предприятии целесообразного использования ресурсов, которые обеспечивают производственный процесс: материальные, трудовые, информационные. В связи с этим в основе методов диагностики экономической ситуации с целью выработки соответствующих управленческих решений должны быть присутствуют такие экономические показатели, которые позволят адресно определить изменения состояния использования конкретной группы ресурсов и в то же время дадут представление об их комплексном использовании.

Целеустремленное влияние управления на процессы достижения целей осуществляется через функции планирования, учет, контроль, анализ и регуляцию.

1. Балдин К.В., Воробьев С.И., Уткин В.Б. Управленческие решения. Учебник. -М.: Дашков и К, 2014 - 288 с.

2. Васильев Е.П., Орешков В.И. Современные аналитические платформы для задач АПК // Вестник Рязанского гос. агротехнологического университета имени П.А. Костычева. Рязань: РГАТУ. - 2011. - № 1. - С.

68-75.

3. Орешков В.И. Интеллектуальный анализ данных как важнейший инструмент формирования интеллектуального капитала организаций // Креативная экономика. - 2011. - №12. - С. 84-89.

4. Орешков В.И. Интеллектуальный анализ данных как современный инструмент поддержки управленческих решений // Вестник Рязанского гос. агротехнологического университета имени П.А. Костычева. - Рязань: РГАТУ, 2011. - №4. - С. 55-59.

5. Смирнов Э.Л. Разработка управленческих решений. Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 279 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/26224>