

ББК 65.290—2

М 50

Научный редактор: заслуженный деятель науки РФ проф. **В. А. Абчук**

Авторский коллектив: проф. **В. А. Абчук** (предисловие, гл. 1, 2, 9), проф. **И. Г. Абрамова** (гл. 15), проф. **Г. Е. Алпатов** (гл. 13), доц. **В. Н. Андреев** (гл. 14), проф. **Н. В. Бордовская** (гл. 6.), доц. **О. Я. Гелих** (гл. 3, 10), доц. **В. В. Гладков** (гл. 7, 8), доц. **А. И. Дымникова** (гл. 17), доц. **Т. А. Кислова** (гл. 4), проф. **А. П. Панфилова** (гл. 5), доц. **Б. С. Патралов** (гл. 11), доц. **С. В. Перминова** (гл. 16), препод. **С. В. Потапенко** (гл. 8), проф. **Г. Л. Тульчинский** (гл. 18), проф. **Ш. З. Хуббиев** (гл. 12)

М 50 Теория организации и основы менеджмента (в социальной сфере): Учебное пособие / Под ред. В. А. Абчука. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. — 551 с.

ISBN 5—8064—0331—9

Книга рассматривает широкий спектр проблем социального менеджмента в сфере образования и культуры. Адресована студентам и аспирантам вузов, изучающим менеджмент применительно к своим будущим профессиям: учителя, врача, культуролога. Книга будет полезна широкому кругу руководителей и специалистов, чей повседневный труд — управление социальными процессами.

М—0302020000—13

ББК 65.290—2

ISBN 5—8064—0331—9

© Авторский коллектив, 2001
© В. А. Абчук, составление
и научное редактирование, 2001
© А. А. Корольчук, художник, 2001
© Издательство РГПУ
им. А. И. Герцена, 2001

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие</i>	8
РАЗДЕЛ 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ	
Глава 1. История менеджмента	12
1.1. Научные предпосылки	12
1.2. Исторические предпосылки.....	15
1.3. Истоки научного менеджмента	19
1.4. Менеджмент в дореволюционной России и СССР.....	32
1.5. Менеджмент и экономическая реформа	41
1.6. Корифеи менеджмента.....	44
Глава 2. Основы менеджмента и организации	60
2.1. Основные понятия. Терминология. Содержание	60
2.2. Специфические особенности менеджмента в со- циальной сфере.....	63
2.3. Функции менеджмента в социальной сфере.....	67
2.4. Механизм менеджмента	71
2.5. Методы менеджмента	74
Глава 3. Философские принципы менеджмента	90
3.1. Свобода как ценность и как проблема управления.....	90
3.2. Победа как цель и результат управления	105
3.3. Социальная справедливость как мера нравствен- ности в управлении	121
Глава 4. Организация	135
4.1. Основы теории организации	135
4.2. Система управления и законы организации	150

Глава 5. Деловые коммуникации в управлении персоналом	156
5.1. Виды общения.....	157
5.2. Типы отношений и проблемы конфликта	169
5.3. Терминаторный менеджмент.....	175
5.4. Управление конфликтом.....	182
Глава 6. Стили управления	190
6.1. Классификация стилей управления.....	190
6.2. Типы представлений о личности.....	198
6.3. Методики изучения стилей управления	205
Глава 7. Менеджмент и информатизация общества	213
7.1. Технологическая революция и информатизация общества.....	213
7.2. Информационные системы социального назначения	221
7.3. Информационные технологии.....	226
Глава 8. Технологии искусственного интеллекта и принятие решений	233
8.1. Технологии искусственного интеллекта в менеджменте.....	233
8.2. Технологии поддержки принятия управленческих решений.....	238
8.3. Развитие идей и понятий электронного документооборота.....	244
Глава 9. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) и реклама	250
9.1. Цели и содержание паблик рилейшнз.....	250
9.2. Некоторые методы, используемые в паблик рилейшнз.....	256
9.3. Реклама.....	261
9.4. Презентация.....	277

Глава 10. Проблема саморазвития в менеджменте (синергетический подход)	292
10.1. Случайность.....	292
10.2. Порядок и хаос.....	306
10.3. Время	320
10.4. Синергетические принципы управления.....	332

РАЗДЕЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАНИИ И КУЛЬТУРЕ

Глава 11. Управление образовательным учреждением	340
11.1. Образовательное учреждение как объект управления.....	340
11.2. Внутришкольное управление.....	344
11.3. Планирование в школе как функция управления.....	355
Глава 12. Научная организация управленческого труда	362
12.1. Основы научной организации управленческого труда (НОУТ).....	362
12.2. Основные принципы НОУТ.....	369
12.3. Основные направления НОУТ.....	371
12.4. Организация управления образовательным учреждением.....	374
Глава 13. Маркетинг в образовательном учреждении	377
13.1. Что такое маркетинговый подход?.....	377
13.2. Принцип целеполагания	378
13.3. Клиенты учебного заведения.....	379
13.4. Сегментация рынка	380
13.5. Поведение потребителей.....	381
13.6. Маркетинговые исследования потребностей обучающихся.....	383
13.7. Комплекс маркетинга.....	384
13.8. Особенности услуги обучения	385
13.9. Параметры услуги обучения	388
13.10. Жизненный цикл услуги обучения.....	389

13.11. Ценообразование.....	391
13.12. Характеристики канала сбыта.....	396
Глава 14. Социально-психологический управленческий тренинг в образовании.....	398
14.1. Общие основы.....	398
14.2. Анализ контингента и комплектование тренинговых групп.....	402
14.3. Условия и средства обучения.....	404
14.4. Структура тренинга.....	405
14.5. Сценарий тренинга.....	407
Глава 15. Менеджмент педагогического риска.....	435
15.1. Общие основы.....	435
15.2. Стратегический риск.....	450
15.3. Личностный риск.....	452
15.4. Физический риск.....	455
15.5. Диспозиционный риск.....	457
15.6. Риск несоответствия.....	459
15.7. Риск рассогласования.....	462
15.8. Технологический риск.....	463
15.9. Риск бездействия.....	467
Глава 16. Технологии обучения менеджменту в вузе.....	470
16.1. Постановка задачи.....	470
16.2. Формирование профессионального мастерства.....	472
16.3. Особенности подготовки менеджеров социальной сферы.....	474
16.4. Методы игрового моделирования.....	477
Глава 17. Некоммерческий статус организаций социально-культурной сферы.....	484
Глава 18. Фандрейзинг в сфере культуры.....	495
18.1. Особенности сферы культуры и необходимость фандрейзинга.....	495
18.2. Источники финансирования в сфере культуры.....	498

18.3. Определение приоритетов государственной поддержки развития культуры (зарубежный и отечественный опыт).....	500
18.4. Негосударственная поддержка социально-культурной сферы.....	507
18.5. Спонсорство. Благотворительность. Патронаж.....	509
18.6. Определение круга доноров.....	526
18.7. Проведение фандрейзинговой кампании.....	527
18.8. Специальные акции и формы фандрейзинга.....	536
18.9. Анализ эффективности фандрейзинга.....	545
<i>Литература</i>	547