

ТРЕТЬЯК Е.Б.

МЕНЕДЖМЕНТ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

УЧЕБНИК

ISBN 978-5-6046033-2-1



9 785604 603321

МОСКВА 2020

Третьяк Елена Борисовна

МЕНЕДЖМЕНТ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

УЧЕБНИК

(электронное издание сетевого распространения)

Москва

2020

УДК 339.138
ББК 65.291
Т66

Рецензенты:

Васерчук Юлия Анатольевна, кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой Графический дизайн АНО ВО «Институт современного искусства», член Союза Дизайнеров России, член Ассоциации искусствоведов, член НП «Гильдия Маркетологов»

Барышева Вероника Евгеньевна, кандидат искусствоведения, профессор, профессор кафедры промышленного дизайна Московского государственного технического университета имени Строганова, член Ассоциации дизайнеров России, член Международной Ассоциации искусствоведов.

Третьяк Е.Б.

Т66 Менеджмент в креативной индустрии [Электронный ресурс]: учебник / Е.Б. Третьяк – М.: ИП Шаронин П.Н., 2020. — 198 с. – Режим доступа: <http://vog32.ru/product/330/> – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-6046033-2-1

В учебнике раскрыты теоретические предпосылки, позволяющие развивать аналитическое мышление специалистов в области управления дизайнерской деятельностью.

Подробно описываются теоретические основы управления коллективами творческой направленности, подходы к разработке управленческих решений, методологический инструментарий аналитика, представлены примеры аналитического мышления в области стратегического анализа и маркетинга в области дизайна.

Соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования последнего поколения.

Учебник предназначен для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, научных сотрудников, преподавателей и руководителей организаций различных форм собственности.

УДК 339.138
ББК 65.291

ISBN 978-5-6046033-2-1

© Третьяк Е.Б., 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	10
1.1 Управленческая система организации.....	10
1.2 Организационная структура компании как сфера реализации аналитических процедур.....	22
1.3 Специфика современных систем управления организациями в сфере медиа-дизайна.....	28
1.4 Информационное обеспечение как основа аналитического мышления менеджера.....	37
Вопросы для самоконтроля по главе 1.....	42
ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	44
2.1 Сущность управленческих решений.....	44
2.2 Содержание процесса разработки управленческих решений.....	49
Вопросы для самоконтроля по главе 2.....	55
ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ МЕНЕДЖЕРА В СФЕРЕ ДИЗАЙНА	56
3.1 Специфика проектной деятельности	56
3.2 Проектный консалтинг – инструмент внедрения инноваций в организациях.....	60
3.3 Команда консалтингового проекта: состав, задачи содержание деятельности, специфика.....	65
Вопросы для самоконтроля по главе 3.....	73

ГЛАВА 4. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ И АНАЛИТИКА.....	74
4.1 Характеристики методов аналитического мышления.....	74
4.2 Аналитические процедуры при управления дизайн-проектами.....	79
4.3 Внедрение изменений как результат аналитического мышления.....	84
Вопросы для самоконтроля по главе 4.....	90
ГЛАВА 5. АНАЛИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	91
5.1 Аналитическое мышление в процессе разработки маркетинговых стратегий.....	91
5.2 Применение аналитического инструментария для построения каналов распределения дизайнерских продуктов и дизайн-услуг	97
5.3 Модели маркетинга для продвижения дизайн-продуктов и/или услуг. Основные каналы интернет маркетинга.....	109
Вопросы для самоконтроля по главе 5.....	134
ГЛАВА 6. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ОРГАНИЗАЦИЙ.....	136
6.1 Сущность стратегического анализа и его особенности.....	136
6.2 Сравнительная характеристика современных инструментов стратегического анализа.....	153
6.3 Модели стратегического развития организации.....	169
Вопросы для самоконтроля по главе 6.....	187
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	189
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	191

ВВЕДЕНИЕ

Аналитические дисциплины признаны наиболее важными для формирования профессиональных компетенций. Эти навыки необходимы для освоения любого значительного объема информации, выявления главной мысли, резюмирования и формулировки выводов.

В различных курсах обучающимся необходимо проводить анализ деятельности организаций, математический анализ, изучать учебную литературу, а также идеи и концепции.

Но сколько студентов могут объяснить, что требуется для анализа? У кого есть четкое представление о том, как это продумать? Кто из выпускников современных вузов мог бы завершить предложение: «Всякий раз, когда меня просят что-то проанализировать, я использую следующую модель:...».

Немногие в студенческие годы качественно осваивают навык аналитического мышления. Следовательно, когда молодых людей просят проанализировать что-то научное, искусствоведческое, проектное или творческое, не говоря уже о чем-то философском, этическом, политическом или личном — им не хватает модели, чтобы дать наиболее полный и развернутый ответ. Они путаются, уходят от первоначально поставленного вопроса в пространственные рассуждения, дают ответ на другой вопрос. Студенты и выпускники не представляют, как тщательный и глубо-

кий анализ может привести к обоснованной оценке и разработке качественных управленческих и творческих решений.

В данном учебнике автором рассматривается базовый инструментарий, которым пользуются менеджеры различного уровня для разработки и аргументации управленческих решений, направленных на оперативное, тактическое и стратегическое управление структурами.

Одну из важных составляющих в системе разработки управленческих решений занимает экономический анализ как неотъемлемый инструмент выявления отклонений от целевых значений, на которые опирается менеджмент организации. Экономический анализ является неотъемлемым элементом системы управления экономикой как страны в целом, так и каждой отдельно взятых структур и организаций.

Однако, для полноценной реализации аналитического мышления специалиста необходимо понимание управленческой системы и организационной структуры, отраслевых специфик дизайнерской деятельности, специфики проектирования как фундамента дизайн-индустрии, особенностей формирования проектной команды, а также полноты информационного обеспечения современного дизайна.

Аналитическое мышление служит базисом для разработки управленческих решений, что обуславливает необходимость понимания как сущности и содержания, так и процесса разработки управленческих решений в организациях, занимающихся дизайном, или дизайн-подразделениях крупных компаний.

В учебнике представлен методологический инструментарий исследователя, включающий в себя методы аналитического мышления, аналитические процедуры при управлении проектами, а также вопросы внедрения изменений как результата аналитического мышления. Также в учебнике рассмотрены особенности аналитического мышления в области маркетинга как неотъемлемой части современных предпроектных исследований в дизайне, представлен стратегический анализ как наиболее актуальное направление разработки потенциальных управленческих решений менеджментом организаций.

Таким образом, аналитическое мышление каждого менеджера в организации, дизайн-группе, проектном бюро определяет их конкурентоспособность и потенциал развития. От навыков аналитического мышления менеджеров организации зависят сроки выполнения поставленных задач, а также точность, достоверность и качество получаемых результатов анализа.

Целью изучения дисциплины «Менеджмент в креативной индустрии» является освоение обучающимися нового аналитического инструментария, с целью расширения своего интеллектуального потенциала.

Учебник позволяет освоить следующие компетенции:

Знать:

- теоретические основы изменчивости и неопределенности внутренней и внешней организационной среды;
- совокупность факторов управляемости, области управленческого воздействия в соответствии с функциями управления;

- специфику диагностики как метода исследования организации;
- принципы структурирования процесса управленческого решения;
- специфику влияния организационной культуры организации на ее функционирование;
- специфику проектной дизайнерской деятельности;
- особенности этапов жизненного цикла дизайн-проекта
 - особенности системного подхода в проектировании;
 - принципы, методы и способы сбора, обработки, анализа информации из внешней и внутренней среды для принятия управленческих решений.

Уметь:

- разрабатывать и реализовывать управленческие решения, направленные на развитие организации;
- выделять противоречия в развитии организации на основе законов системы;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на издающую организацию;
- выявлять и дифференцировать дисфункции и патологии в организационной проблематике;
- структурировать процесс разработки и принятия управленческих решений как на уровне дизайн-проектирования, так и на уровне управления организацией;
- применять методологию прикладных социологических исследований в диагностике организационных проблем и организационной культуры;

- проводить критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий;
- осуществлять проектно-аналитическую деятельность;
- грамотно аргументировать состоятельность проектных решений.

Владеть:

- методами организационной диагностики, конфликтологической экспертизы и социально-психологического анализа;
- инструментами определения границ управляемости при разработке управленческого решения;
- методикой и инструментами SWOT-анализа;
- методами прикладных социологических исследований;
- навыками управления дизайн-проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- навыками осуществления критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.

Учебник ориентирован на студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, научных сотрудников, преподавателей и руководителей организаций в сфере дизайна.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

1.1. Управленческая система организации

Под управленческой системой принято понимать комплекс взаимосвязанных элементов, которые обладают свойствами целостности. Системам присущи следующие основные свойства – это организованность, целостность и иерархия.

Менеджмент – это комплекс методов соединения во времени и пространстве всего перечня ресурсов организации для достижения стоящих перед ней целей оптимальным способом.

На рисунке 1.1 представлена классификация видов систем менеджмента того или иного экономического субъекта, включающих 13 структур:

1. линейно-функциональная структура управления – структура управления, где сочетается набор линейных и функциональных принципов организации связи между производственно-хозяйственными и менеджерскими компонентами систем. При этом линейные управленческие звенья должны командовать, а функциональные управленческие звенья – давать консультации, оказывать помощь при решении конкретных вопросов и разработке набора соответствующих управленческих решений, программ и планов;

Учебное издание

Третьяк Елена Борисовна

Член Союза дизайнеров России, и.о. заведующего кафедры
художественно-технического оформления печатной продукции
Института графики и искусства книги имени В.А. Фаворского
Высшей школы печати и медиаиндустрии
Московского Политехнического Университета

МЕНЕДЖМЕНТ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

УЧЕБНИК

(электронное издание сетевого распространения)

Редактор *К.Ю. Мелешко*

Компьютерная верстка *М.А. Минко*

ISBN 978-5-6046033-2-1



9 785604 603321

Электронное учебное издание
сетевого распространения
URL: <http://vog32.ru/product/330/>

Дата размещения: 21.12.2020 г.