

Современные подходы к организационно- управленческой деятельности

Социальный менеджмент

Методы социального управления



Социальное управление

Представляет собой один из видов управления общества, функции которого заключаются в регулировании социального положения всех участников общественной жизни, в обеспечении условий их развития как объектов, так и субъектов общественных отношений

Объекты и субъекты социального управления

Объектом социального управления являются - наиболее общие законы и движущие силы деятельности социальных общностей.


Субъект социального управления - это должностные лица, организации и социальные институты, которые занимаются разработкой решений, направленных на реализацию основных направлений социальной политики и организацией управляемых субъектов в целях осуществления принятых решений.

Социальные процессы в управленческой деятельности

1) рассматривать управление с точки зрения:

а) социальных критериев;

б) анализировать социальные последствия принимаемых решений и их влияние на жизнедеятельность людей, их интересы, потребности, мнения;



2) подходить к изучению системы управления с позиции социального анализа, учитывая:

а) взаимоотношения между людьми при выполнении ими определенных функций;

б) ответственность и исполнительность, дисциплину и результативность труда как отражение определенных отношений, которые возникают в процессе управления;

в) влияние управления на подбор, расстановку персоналий, на создание необходимых условий для общественной деятельности;

3) изучать управление со стороны внутригруппового регулирования и социальной самоорганизации в отдельных социальных группах, (например, трудовом коллективе предприятия, активе муниципалитета и т.п.) для чего необходимо анализировать:

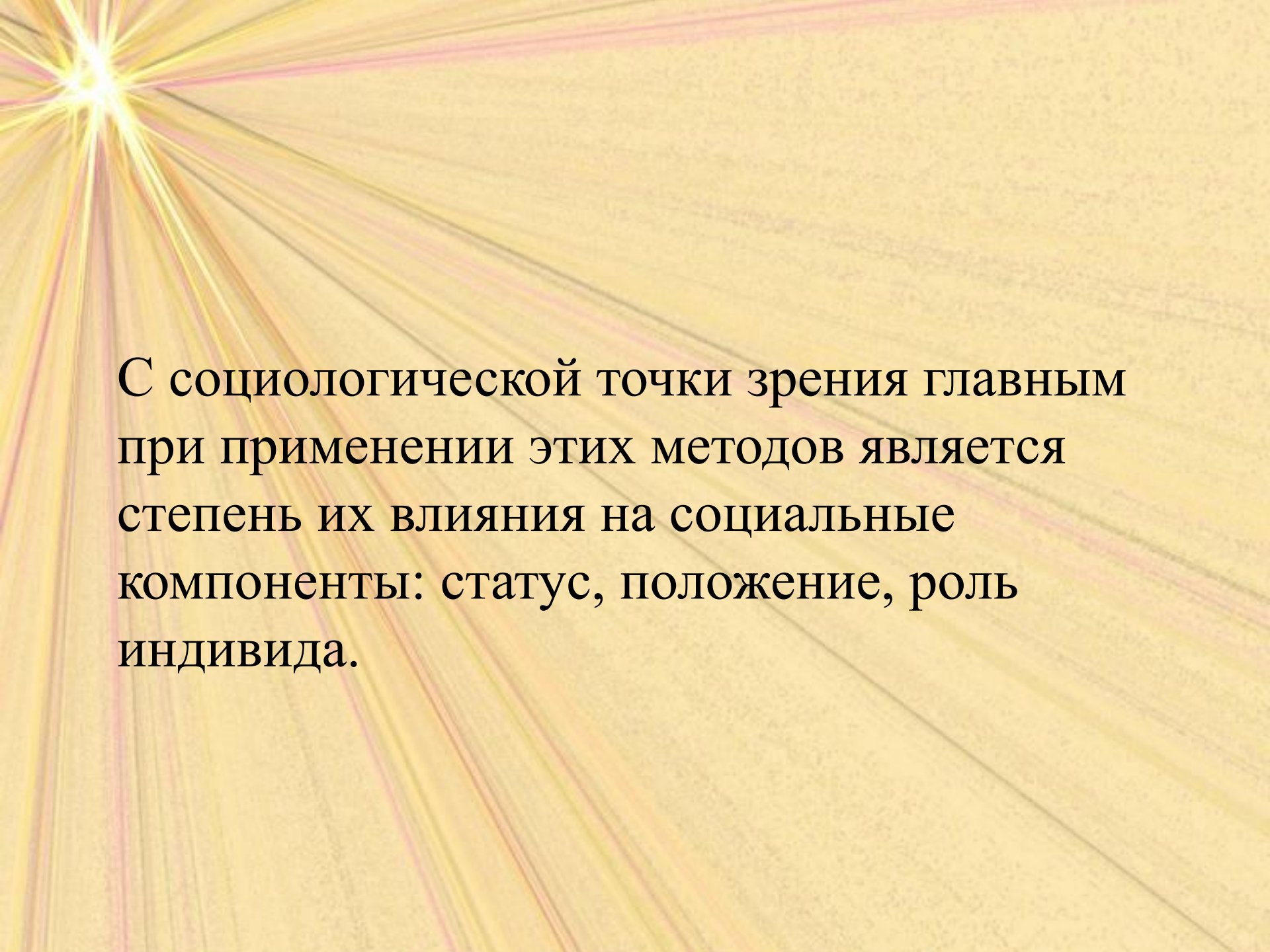
- а) отношения «руководство-подчинение»;
- б) социальную структуру во взаимосвязи формальной и неформальной структуры, социальные роли и статусы в процессе управления;
- в) организационную культуру;
- г) организационные конфликты;
- д) реальное место индивидуальных, индивидуально-коллективных мотивов, потребностей и интересов в системе управления, учитывать возможности их реализации.

Методы социального управления

Административные методы носят прямой характер воздействия: любой регламентирующий или административный акт подлежит обязательному исполнению. Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определенном уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления. Административные методы управления основываются на отношениях единоначалия, дисциплины и ответственности, осуществляются в форме организационного и распорядительного воздействия.

Социально-экономические методы - это элементы механизма, с помощью которого обеспечивается социально-экономическое развитие организации. Важнейший метод - социально-экономический анализ и планирование, которое объединяет, по существу, все другие методы этой группы. Для достижения поставленных целей необходимо четко определить критерии эффективности и конечные результаты деятельности организации в виде совокупности показателей, установленных в плане социально - экономического развития коллектива.

Социально-психологические методы основаны на активации социального механизма управления (система взаимоотношений в коллективе, социальные потребности и т.д.). Специфика этих методов состоит в активном использовании неформальных факторов, интересов личности, социальных группы, общности в процессе управления.



С социологической точки зрения главным при применении этих методов является степень их влияния на социальные компоненты: статус, положение, роль индивида.

Типы социального управления

Социальное управление - основано на подчинении людей общим интересам.

Иногда для этого не требуется никакого официального вмешательства.

Пример, жители конкретных домов добровольно выходят на субботник и убирают территорию вокруг него или по собственной инициативе оформляют газоны у подъездов.

При этом местные власти не иницируют эту работу, не поддерживают, могут ничего не знать об этом.

Данный пример показывает, что самоуправление (нелегитимное управление) может оказывать помощь официальной власти в решении социальных проблем, в частности, проблем загрязнения среды обитания.

Проблема: нелегитимное управление рассматривается легитимным как потенциальный противник или конкурент (претендента на власть).

В таких случаях они используют **авторитарный** стиль управления, проводя свои решения независимо от инициатив «снизу».

При этом обычно возникает социальная напряженность, связанная с насильственным введением новых ценностей и институтов, как правило, противоречащих старым.

Второй стиль управления - **демократический**, когда поддерживаются инициативы «снизу». Данный стиль управления характеризуется тем, что руководитель своими решениями выбирает и закрепляет не свои личные мнения, а «естественно» возникшие в организации и получившие общественное признание. Основное достоинство – низкая степень конфликтности, т.к. происходит поддержка того, что уже сложилось.

Преобладающий стиль - **смешанный** - основан на сочетании авторитарного и демократического стилей,

Достоинством авторитарного стиля управления является возможность максимально мобилизовать ресурсы общества на решение конкретных социальных проблем или достижение определенных целей, обеспечить наиболее эффективное их использование.

Достоинством демократического стиля управления является надежная защита от принятия необдуманных решений и отсутствие социальной напряженности при внедрении новых элементов.

Недостатком смешанного стиля является относительная замедленность социальных процессов.

Политический маркетинг

– это совокупность теорий и методов, с помощью которых властные органы и политические партии формулируют свои цели и добиваются их поддержки со стороны населения. Основу политического маркетинга составляют изучение политических потребностей социальных групп и общностей на рынке политических сил, создание необходимых предпосылок для превращения этих потребностей в реальный покупательный спрос на конкретного политика и его политическую программу.

Политический маркетинг

комплексная система методов и приемов
целенаправленного воздействия на
население с целью достижения его
поддержки выдвигаемым целям

Кейс-история

1. Общественные проекты РГУТИС



Профессиональные туристские конкурсы в продвижении брендов российских туристских продуктов и регионов

- ✓ Международный конкурс «Туристский бренд: лучшие практики»;
- ✓ Международный конкурс «Лучший туристский портал»;
- ✓ Международный конкурс «Гастрономическое впечатление»;
- ✓ Международный конкурс путеводителей, туристских карт и SMART приложений по России.

Популяризация национальных туристских ресурсов

Сохранение нематериального культурного наследия

Продвижение туристских территорий и дестинаций

Поддержка туристских startup, авторских и студенческих проектов

Патриотическое воспитание молодежи

Пропаганда морально-нравственных ценностей

Статистика Конкурсов

Более 300 заявок на участие в 2016 году

Из 42 регионов России

20 российских зарубежных партнеров

Более 50 проектов победителей и лауреатов 2015 года представлены на ведущих туристских выставках



Поддержка конкурсов



Торгово-промышленная палата Российской Федерации
В интересах бизнеса, во благо России





Менторский клуб



Туристские менторы – победители и лауреаты Профессиональных туристских конкурсов, пожелавшие поделиться своим опытом зарождения предпринимательской идеи, реализации проекта и продвижения его на туристский рынок

Менторский клуб!
нужен менторам и их
успешному бизнесу?

Продвижение собственного проекта

Создание долгосрочной лояльности к
собственному проекту

Популяризация отдельных туристских
ресурсов и объектов

Поиск возможностей и отработка
идей франчайзинга

Менторский клуб!
нужен молодым
проектам и startup?

Поиск новых идей и эффективных
практик

Изучение успешного опыта

Знакомство с новыми
технологиями

Поиск партнеров и
единомышленников



Фокус
работы:
Персональный
коучинг

Знакомство с туристкой практикой
доказавшей свою экономическую
эффективность и высоко
оцененную экспертным
сообществом

Возможность попасть за
кулисы
лучших бизнес практик

Интерактивные экспертные
сессии

Информация о рождении и
развитии успешной туристской
практики

Возможность знакомства с
успешными приемами,
рисками, ошибками и
нестандартными находками



Наши

ГРАНД МАКЕТЫ!
РОССИЯ



Проект «Содружество народных и независимых музеев»

РГУТИС – акселератор стартапов в области культурно-познавательного и АРТ-туризма. На его базе осуществляется бизнес консультирование и научная проработка тематического проектирования идей по созданию объектов туристского показа нового формата.

В рамках данного проекта реализуется ряд мероприятий по содействию развития частных, корпоративных, муниципальных музеев и стимулированию общественно полезных инициатив в сфере культуры, искусства и туризма, а также по созданию условий для молодежного творчества в сфере туризма и сервиса.

Внедрение современных технологий коммуникации, позиционирование и продвижение туристского стартапа музейного типа у различных групп потребителей, популяризация культурного наследия регионов РФ как туристского потенциала среди молодежной аудитории, коммерциализация деятельности объектов культуры и искусства через туризм – **ВСЕ ЭТО ЗАДАЧИ ПРОЕКТА!!!**

Проведенные мероприятия:

- 1.научно-практические и методические* – регулярный семинар «МУЗЕЙНЫЙ МАРКЕТИНГ: технологии, описание коллекции, музейный продукт, продвижение»; ежегодный семинар «Сервисный аудит в музее»;
- 2.деловые и профессиональные* – ежегодные дискуссионные площадки в партнерстве с Международным фестивалем музеев «Интермузей»; ежегодные конференции в партнерстве с Министерством культуры МО;
- 3.коучинг сессии* для малых музеев по заявленным проблемам.

Развитие проекта:

Создание виртуальной инфостудии для модерирования идей, обмену опытом по формированию музейного продукта, управлению коллекцией, внедрению АРТ практик и интеграции в туризм.

Стартапы, получившие сопровождение:

- проект «Музей в музее» Муниципального учреждения культуры Павлово-Посадского муниципального района Московской области «Музей истории русского платка и шали»;
- проект «Маяковский фестиваль на Акуловой горе» АНО «Центр возрождения культурной жизни «Акулова гора»;
- проект «Создание культурно-досугового пространства для гостей туристско-рекреационного комплекса в поселке Клязьма на базе архитектурного ансамбля дачи купца первой гильдии, мецената Ивана Афанасьевича Александренко» культурно-просветительский центр «Дом Творчества на Клязьме»;
- проект «Интерактивные занятия для детей» Сергиево-Посадского государственного историко-художественного музея-заповедника;
- и другие.



Проект «Интеграция предприятий народных художественных промыслов в туризм»

Генеральный партнер проекта

Ассоциация «Народные художественные промыслы России»

РГУТИС – оператор коллабораций, цель которых оживление экономики мест традиционного бытования народных промыслов, создание рабочих мест на предприятиях традиционных производств смежных с туризмом, улучшение качества жизни мастеров НХП посредством туризма

Проведенные мероприятия:

1. Обучающие семинары для руководителей предприятий НХП по вопросам создания туристских комплексов на базе исторического и производственного наследия промыслов;
2. Серия вебинаров в партнерстве с Торгово-промышленной палатой РФ по вопросам формирования туристско-экскурсионных программ для различных категорий туристов и в разные сезоны, в т.ч. по формированию календаря туристских событий.

По заявкам предприятий осуществляется проектирование туристских комплексов в местах традиционного бытования НХП. В настоящее время в стадии запуска комплексов находятся:

- выставочный комплекс Мануфактуры Гарднеръ в Вербилках (ЗАО Фарфор Вербилки);
- Торжокский ремесленный двор (ЗАО Художественные промыслы).

В рамках подпроекта «Библиотека рекомендаций» при спонсорской поддержке ОАО «АК»Транснефть» подготовлено, издано и распространено по предприятиям НХП научно-практические рекомендации «Туризм как ресурс сохранения и развития народных художественных промыслов России». В настоящее время ведется работа по подготовке рекомендаций «Народные художественные промыслы и ремесла как основа туристского мифотворчества», «Ремесленные квесты как турпродукт для молодежной и детской аудитории» и «Креативные формы интеграции предприятий НХП в туристско-экскурсионную деятельность».

В рамках подпроекта «Маршруты по центрам НХП» для Московской области разработано 8 маршрутов: «Федоскино-Жостово», «Фафоровое чудо», «Лозоплетение своими руками», «В игрушечном царстве-государстве», «Волшебный вальс цветов», «Подлинные изделия Гжели», «В гости к одеяниям и игрушкам», «В мир елочных игрушек и керамики».

Проект «Центр российского сувениринга для туризма»

Торгово-промышленная палата
Российской Федерации



Партнеры проекта:

Торгово-промышленная палата Российской Федерации;
Общественная палата Российской Федерации



Общественная палата
Российской Федерации
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

Университет аккумулирует лучшие практики по созданию отечественной сувенирной продукции, осуществляет научную проработку современных сувенирных концепций и памятной продукции для объектов туристского показа и посещения различных типов, выстраивает взаимодействие и диалог передовых сувенирных производств и туристской индустрией

Проведенные мероприятия:

1. Кейс-школа в партнерстве с Торгово-промышленной палатой РФ по вопросам аудита сувенирной продукции, реализуемой на объектах туризма и культуры
2. Специализированная секция форума «Подмосковье: отдых и туризм»
3. Бизнес-сессия по сувенирной продукции для событийных мероприятий в рамках форума «Россия Событийная»

Чтобы творческие команды университета помогли в решении сувенирной проблемы нужно стать резидентом центра.

Резидентами центра уже стали:

1. Музей русского десерта
2. Музей русского платка и шали
3. Краеведческий музей города Пушкино
4. Сергиево-Посадский государственный историко-художественный музей-заповедник
5. Этнопарк «Кочевник»
6. Предприятие НХП ОАО «Елочки»

2. Популяризация и поддержка молодежных инициатив в туризме и сервисе

START UP - от идеи к бизнесу



Форматы поддержки
предпринимательской
активности студентов и молодых
ученых РГУТИС



Реализация стратегии
самозанятости и повышения
самостоятельной трудовой
активности выпускников в сфере
туризма и сервиса
Вовлечение студентов в
предпринимательскую
активность на основе разработки
дипломных проектов с
заложеной конкретной идеей
бизнес реализации



Реализация Программы бизнес -
акселерации
Помощь в продвижении бизнес
проекта, посредством
взаимодействия с отраслевыми
профессионалами в рамках
Менторского клуба. Консультации
экспертов по юридическим
вопросам в рамках Юридической
клиники РГУТИС



Наши START UP проекты

Молодые бизнес проекты!

- ✓ Информационное издание по туризму, отдыху и путешествиям «ЖИВАЯ КАРТА» <http://www.2r.ru/>
- ✓ Этнопарк «Кочевник» <http://ethno-park.ru>
- ✓ Юридическая клиника РГУТИС
- ✓ Туристская неотложка



Этно парк «Кочевник»

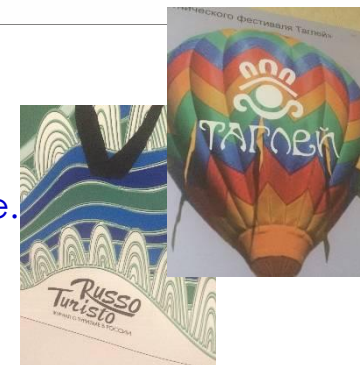


START UP проекты!

- ✓ Дизайн проекты сувенирной продукции, с запуском в производство, по заказу музея «Трактирные истории» г. Павлово-Посад и Пушкинского краеведческого музея г. Пушкино Московской области



- ✓ Этнический фестиваль «Тяглей»
- ✓ Туристическое агентство «Карелия». Экологические туры по республике.
- ✓ Туристический журнал «RUSSO TURISTO»



Проекты Волонтерского центра РГУТИС

- **Наша миссия** – продвижение идей волонтерского движения, привлечение внимания к туристским событийным мероприятиям и популяризация туристского потенциала Российской Федерации
- **Наша функция** – сервисное сопровождение событийных мероприятий и работа с туристами

Работы, выполняемые волонтерами РГУТИС:

- управление потоками зрителей
- проверка билетов
- помощь в проверке аккредитаций
- работа с туристами и посетителями

НАШ ПАРТНЕР



Всероссийская общественная организация

РУССКОЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО

Основано в 1845 году

Географический диктант

Диктант проводится с целью оценки уровня географической грамотности

населения

Задачами Диктанта являются:

- ▶ получение объективной информации об уровне географической грамотности населения России с учетом его возрастной и социальной структуры;
- ▶ предоставление возможности участникам Диктанта получить независимую оценку своих знаний в области географии;
- ▶ привлечение внимания средств массовой информации и российского общества к проблеме географической грамотности населения;
- ▶ мотивация различных слоев населения к изучению географии родной страны, знание которой является неотъемлемой составляющей образованного человека;



Проект «ТУР-доброволец»

Миссия проекта: популяризация туризма в Российской Федерации; выявление аспектов, оказывающих негативное воздействие на развитие туризма; тестирование новых туристских маршрутов; методическая помощь туристским волонтерам

- ▶ Проект «ТУР – доброволец» включает в себя следующие направления работы:
 - ▶ Добротур
 - ▶ Тур – природа
 - ▶ Тур – этно
 - ▶ Тур – вело
 - ▶ Тур – зверинец
 - ▶ Тур – забота
 - ▶ Тур – экспертиза
- ▶ Проект включает в себя такие важные аспекты, как сохранение окружающей среды, формирование бережного отношения к флоре и фауне, исследования новых туристских маршрутов на территории Московской области, сбор информации о

Проект «Школа «правильных» туристов»

Миссия проекта: подготовить участников Школы к туристическому путешествию с палаткой

Школа «правильных» туристов включает в себя приобретение знаний и навыков:

- ▶ установки палаточного лагеря
- ▶ приготовления пищи
- ▶ разведения огня
- ▶ навигации и ориентирования
- ▶ преодоления естественных препятствий
- ▶ как не навредить природе
- ▶ о технических новинках
- ▶ сбора необходимой информации для разработки собственного маршрута

Проект направлен на формирование у путешественников знаний и навыков, позволяющих комфортно и уверенно чувствовать себя в полевых условиях, позволяющих не навредить окружающей природе, а также быть готовым к любым форс-мажорным ситуациям в походе