

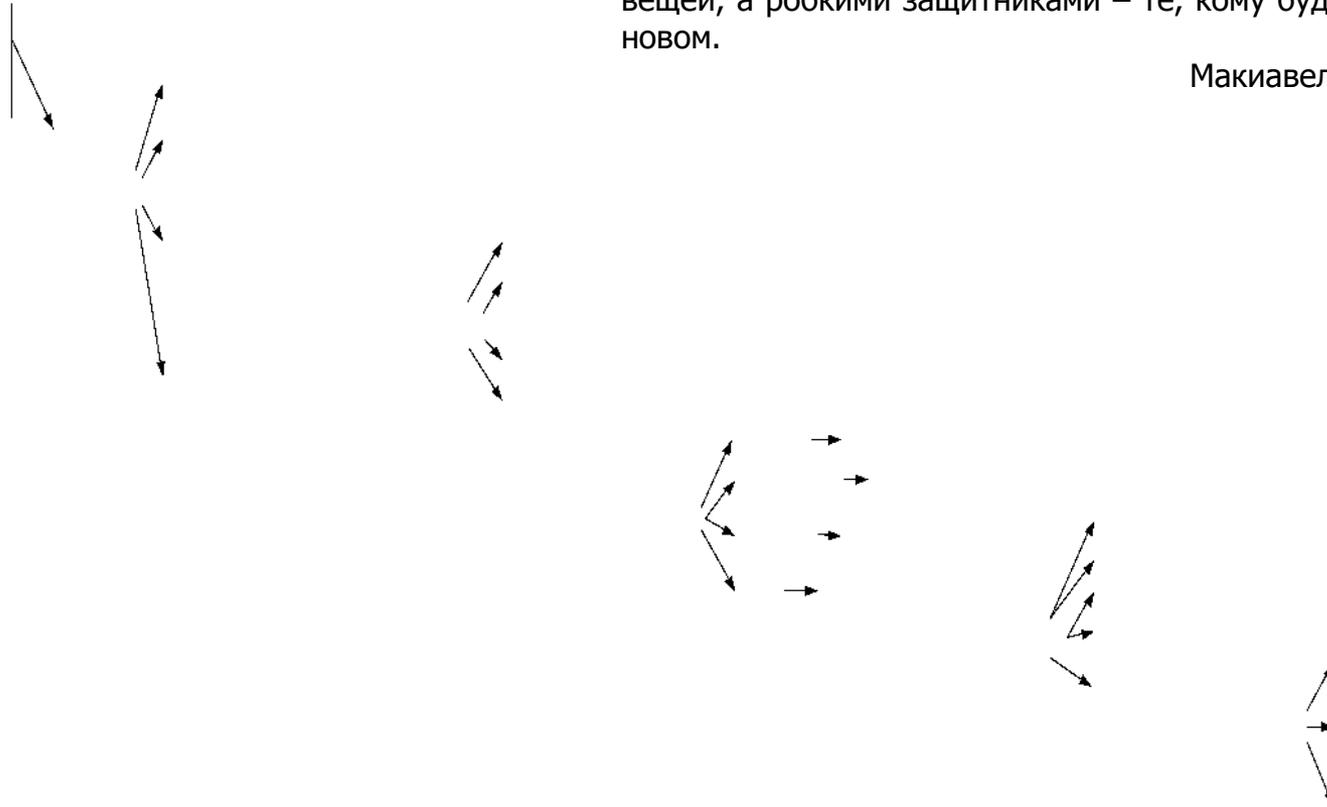
Хочу поделиться с Вами своими тревогами и высказать **понимание инновационной экономики**, чтобы выбрать направление действий при подготовке **будущих** руководителей инновационных организаций, так как **некому** руководить организациями.

Знания – это способность применить информацию в **конкретной сфере** деятельности.

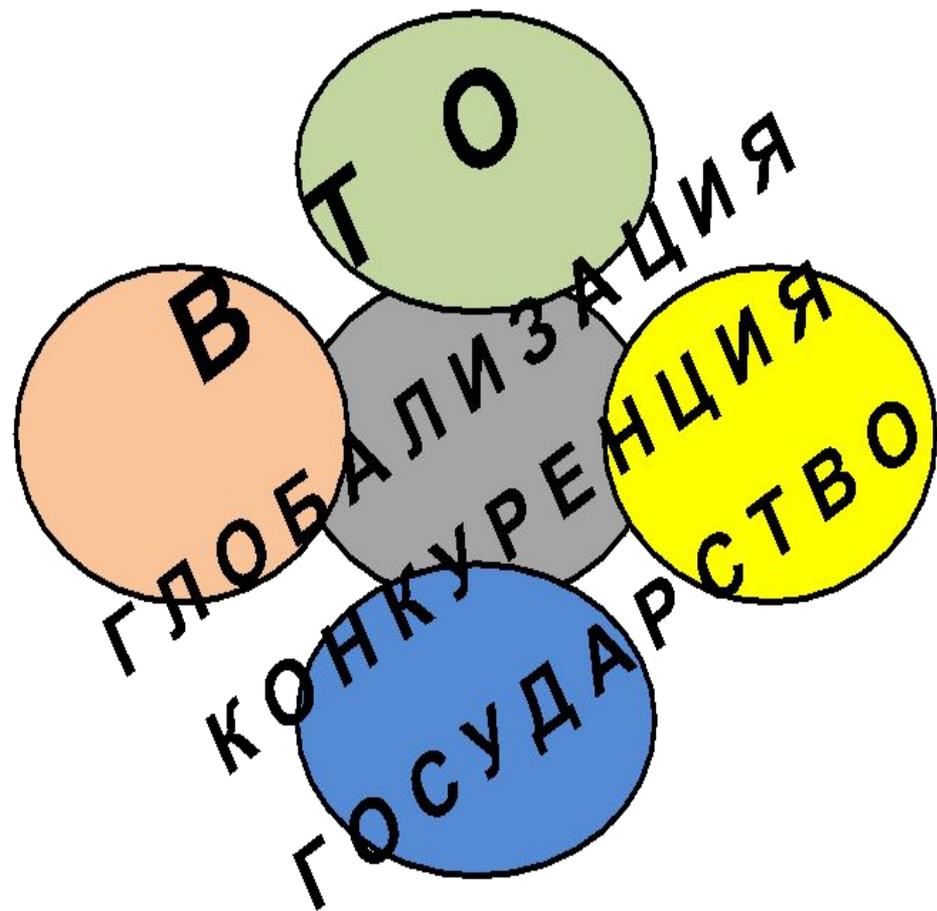
Питер Друкер

Нет ничего более трудного, чем биться за новое, ничего более *рискованного*, чем направлять или более неопределенного, чем возглавлять создание нового порядка вещей, потому что *противниками* нововведений будут выступать те, кому хорошо жилось при старом порядке вещей, а робкими защитниками – те, кому будет хорошо при новом.

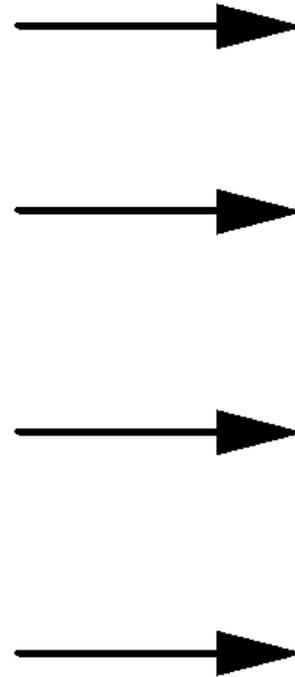
Макиавелли «Государь»



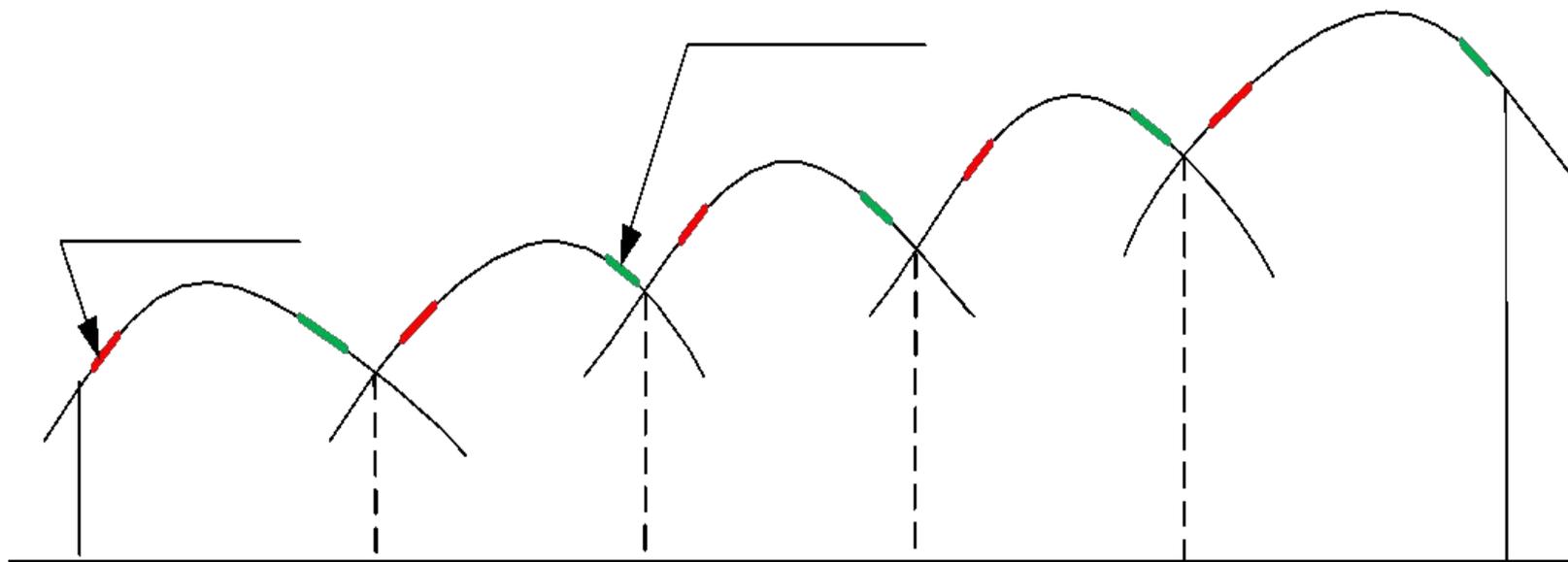
Инновационная экономика



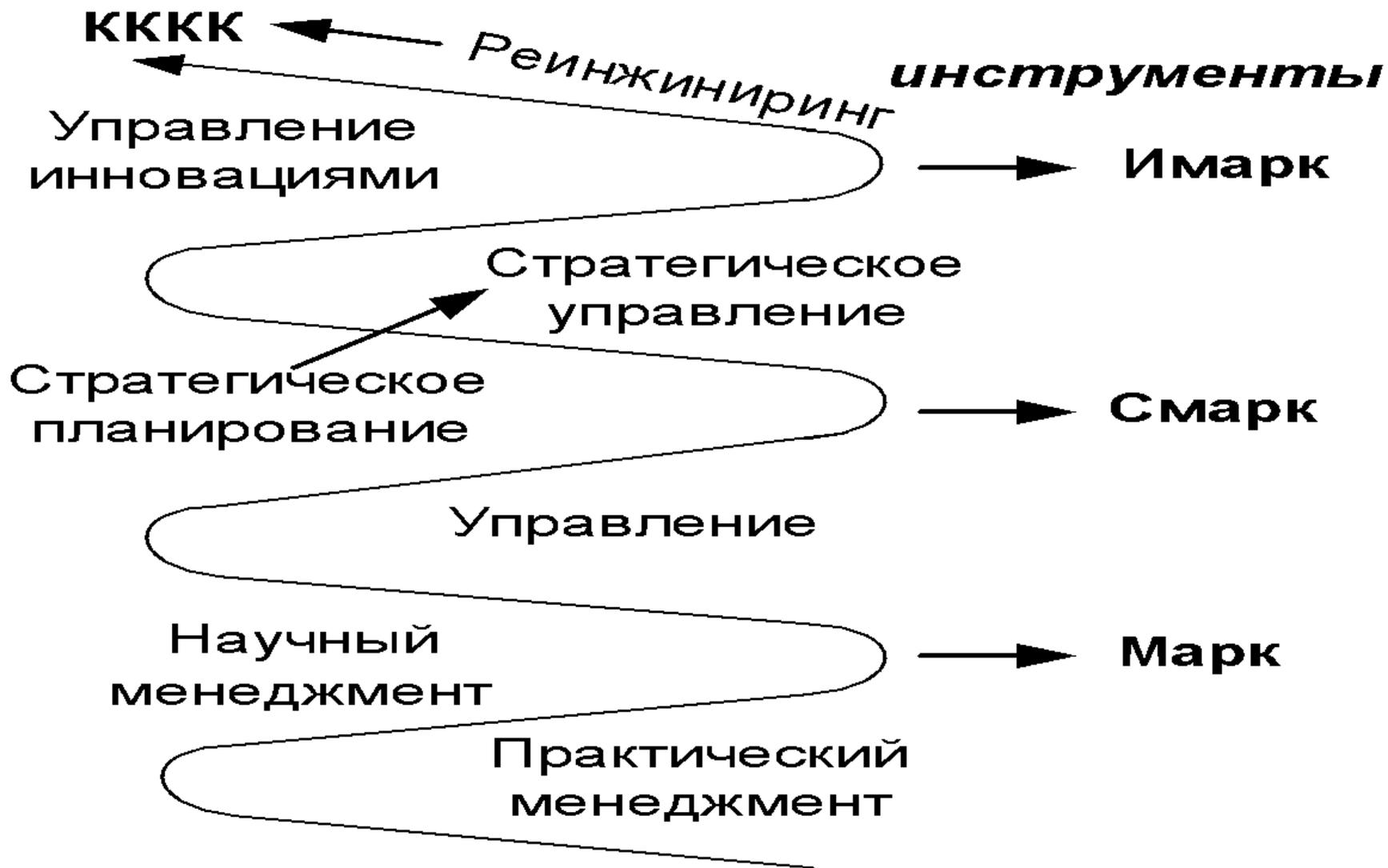
Доинформационное общество Информационное общество в СУ



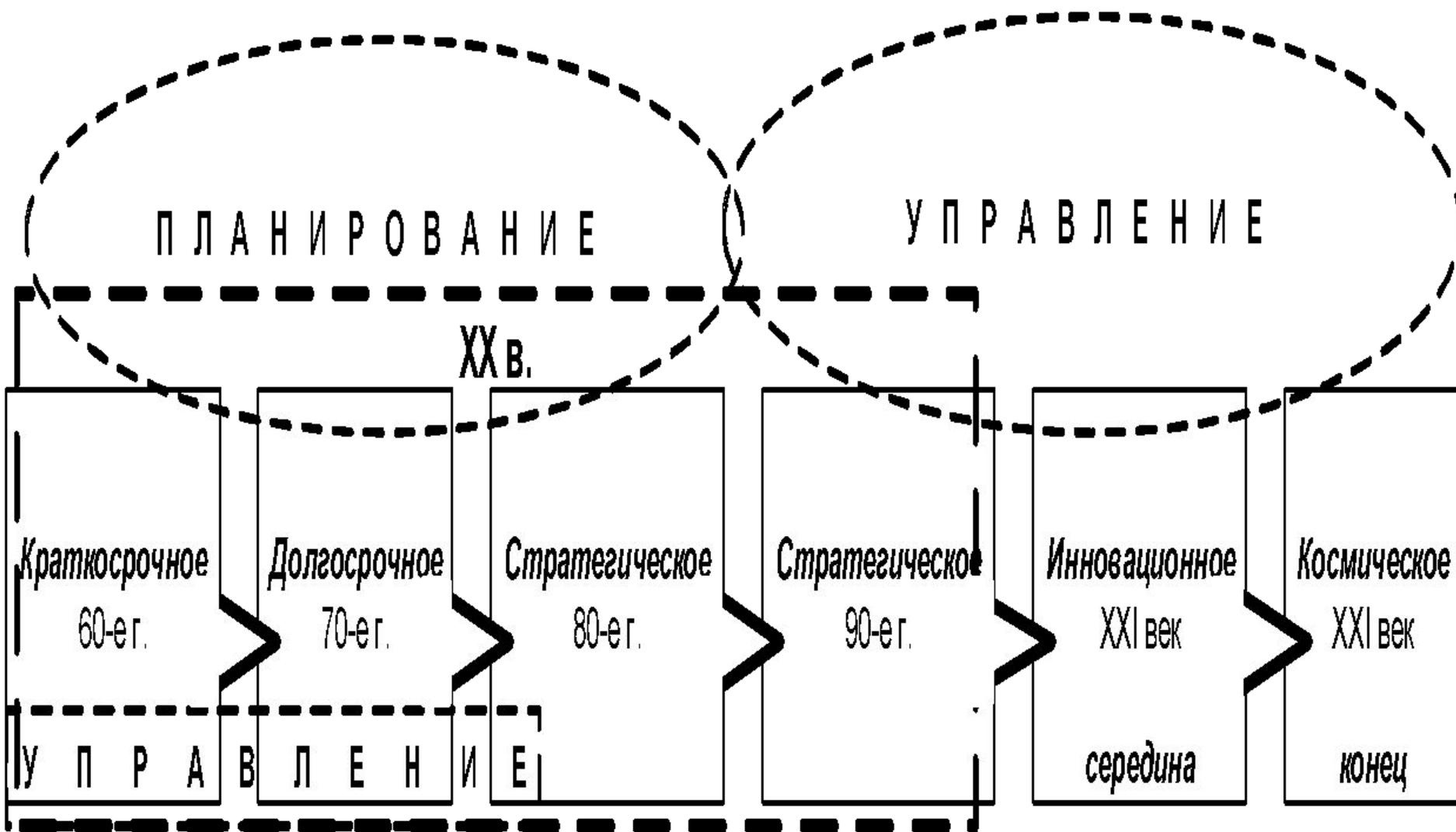
Характеристика развития циклов в СУ



Длинные волны Кондратьева



Эволюция развития управления



Эволюция планирования в стратегическом управлении

Оперативный уровень →

Планирование оперативных
планов и умение гибко
принимать решение.
Взгляд во внутрь.
Регулирование

→ краткосрочный

Тактический уровень →

Анализ выполнения задач.
Оценка решений
алгоритмизации.

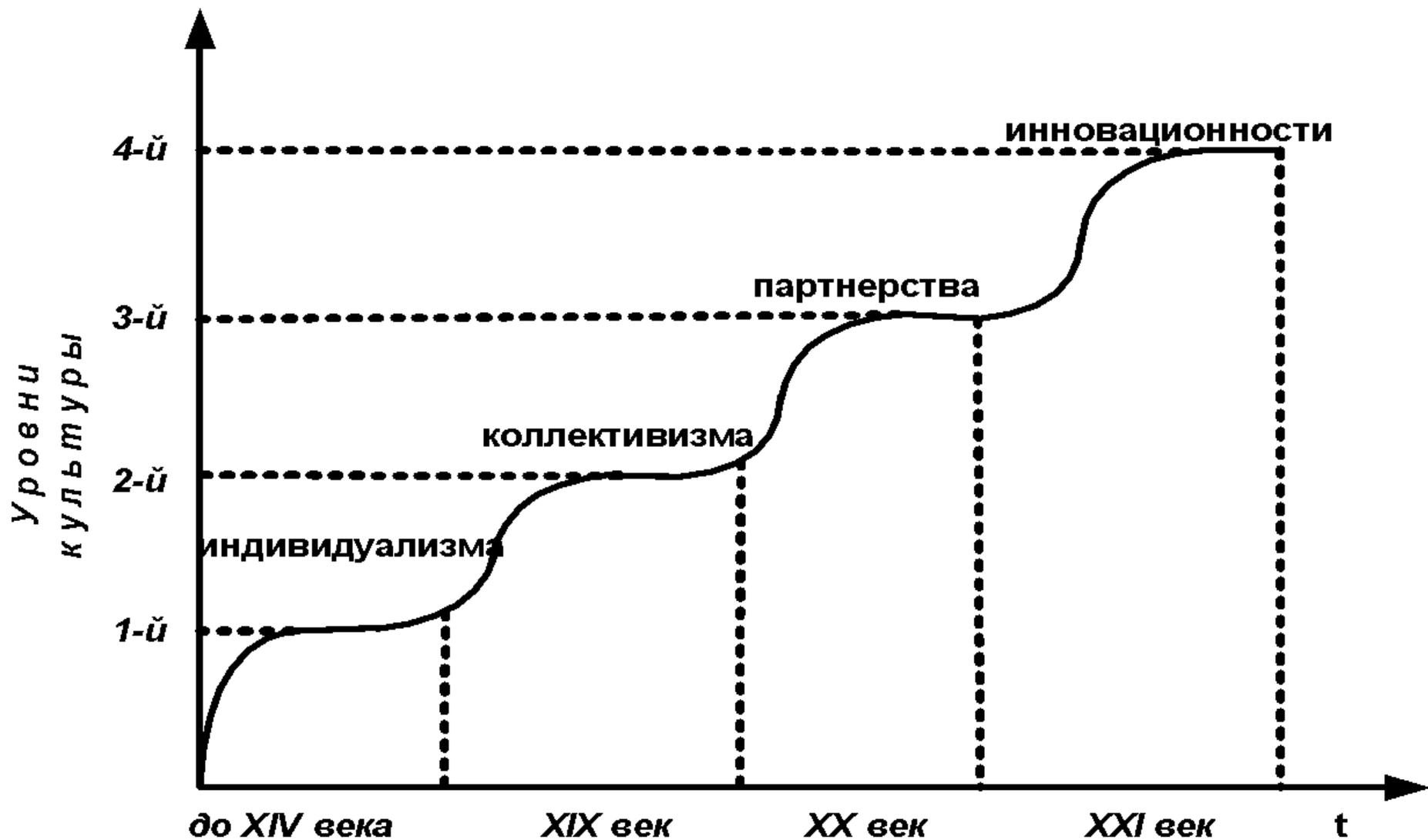
→ среднесрочный

Стратегический
уровень →

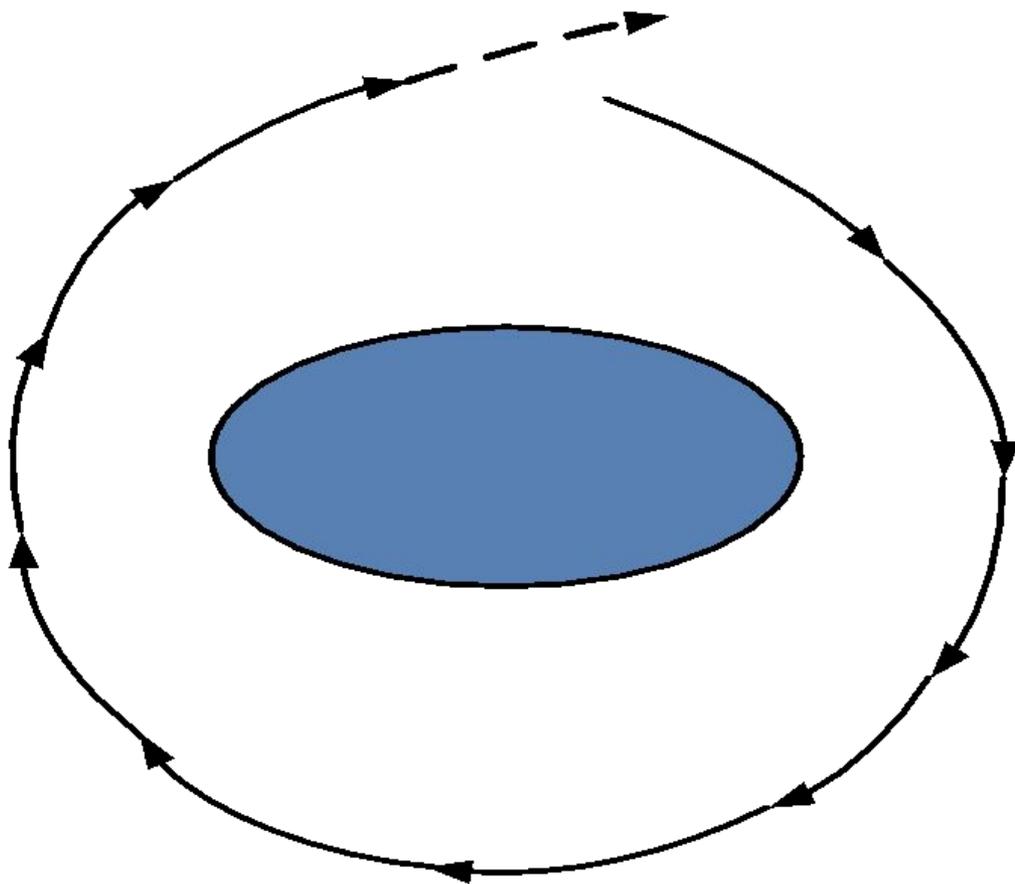
Формирование миссии
Выбор стратегии
Поиск консенсуса.

→ долгосрочный

Уровни управления планированием в СУ



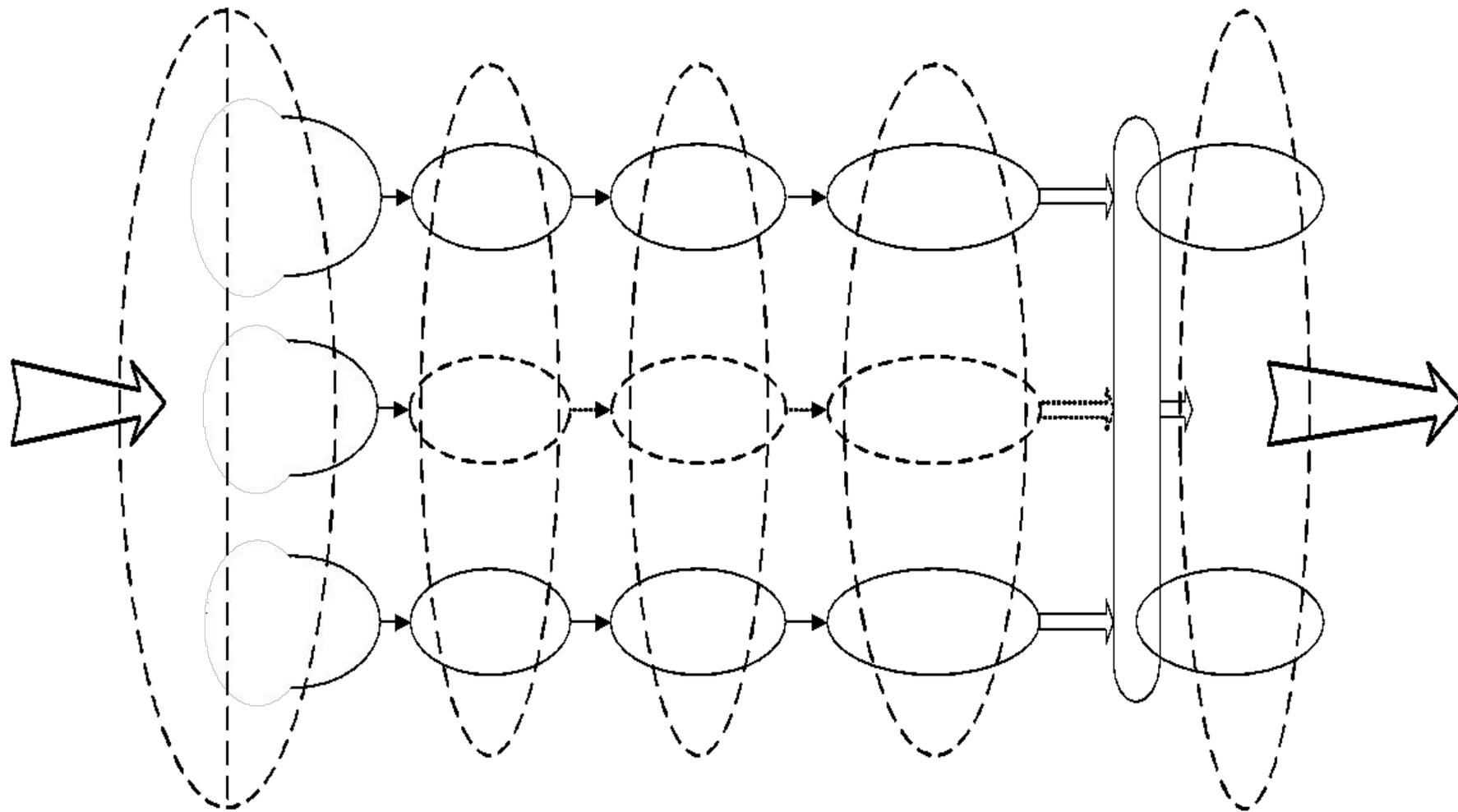
Эволюция культуры в обществе



Многоаспектность организации в СУ



Модель управления в СУ



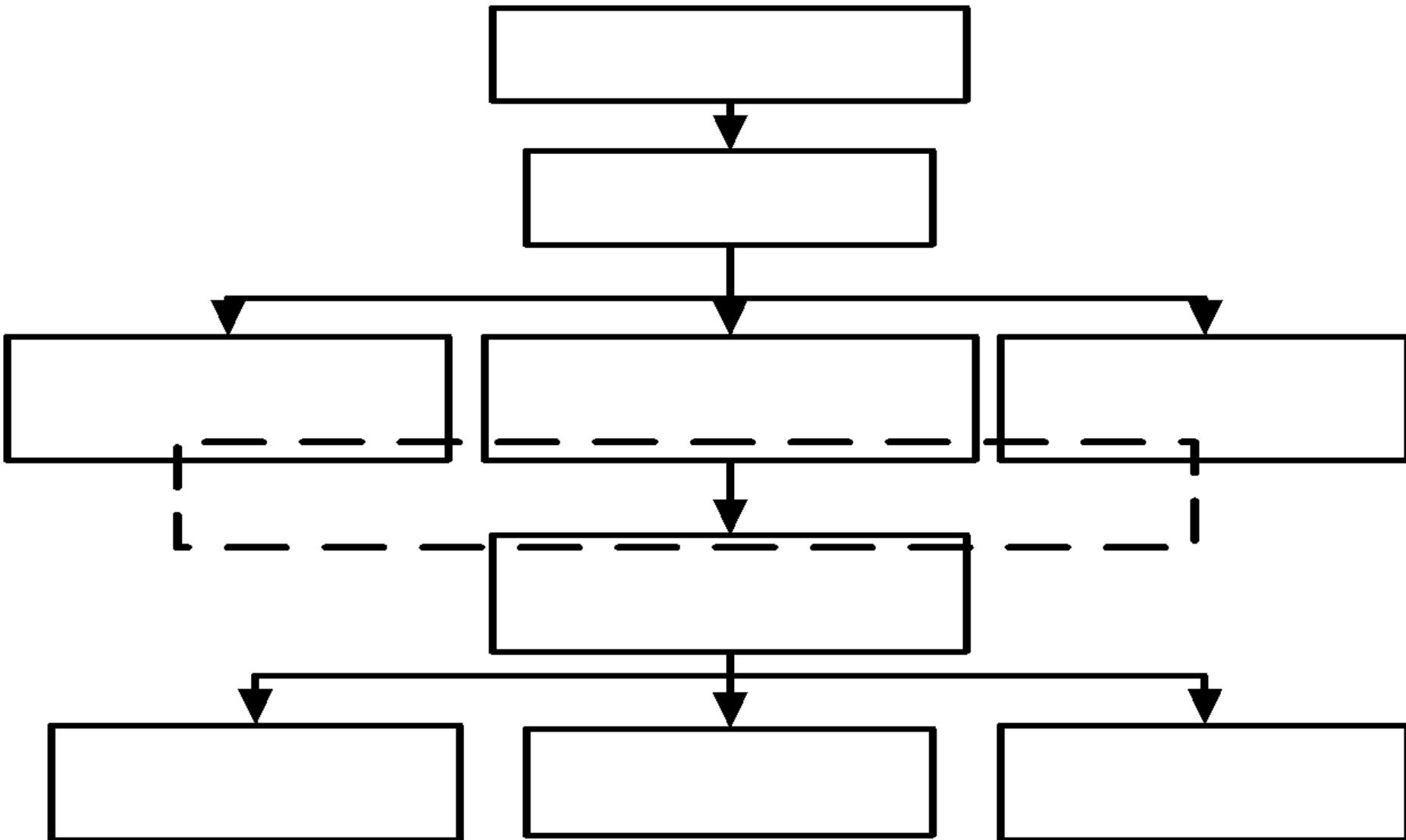
Эволюция маркетинга



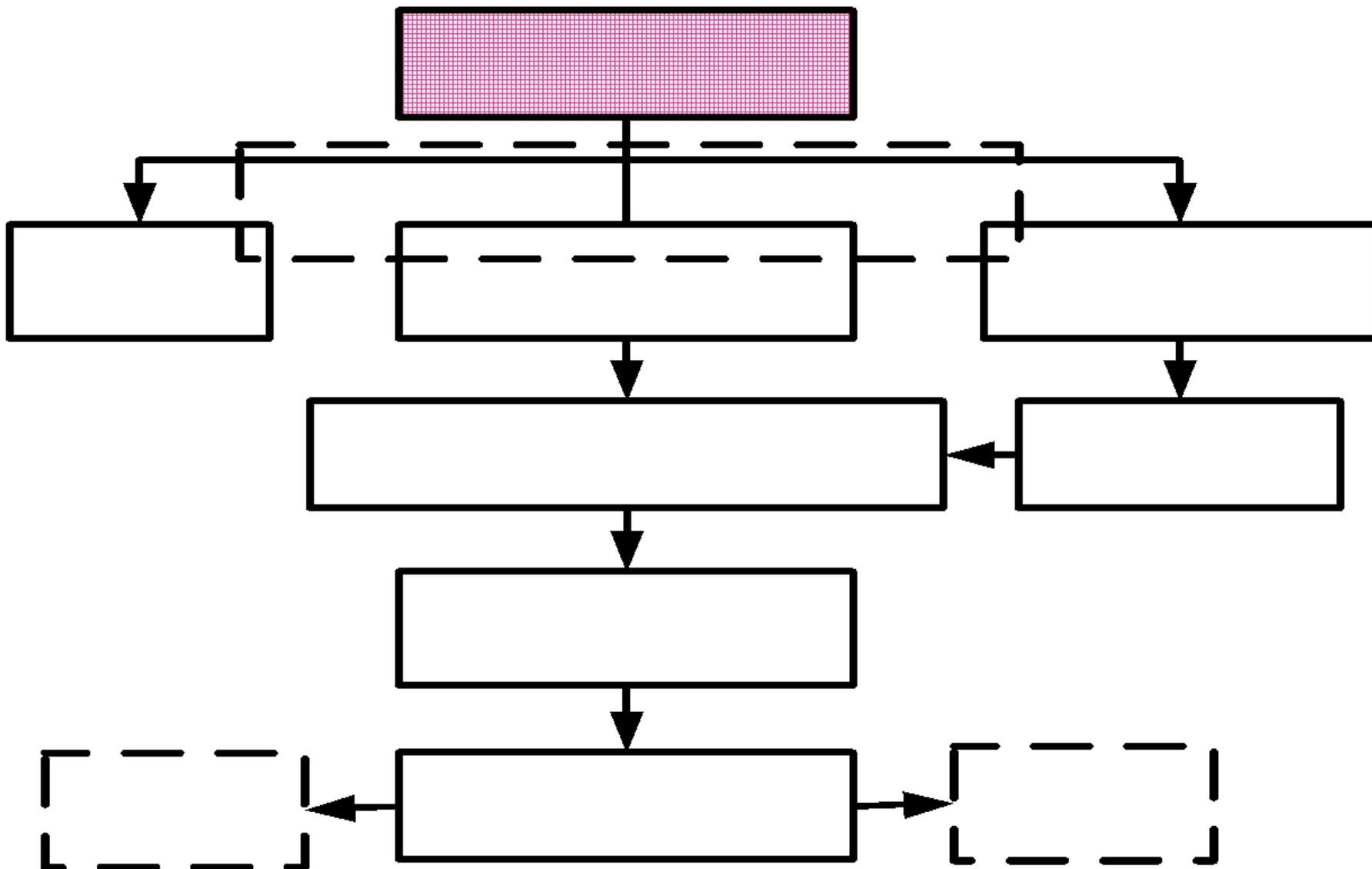
Логика процесса в СУ



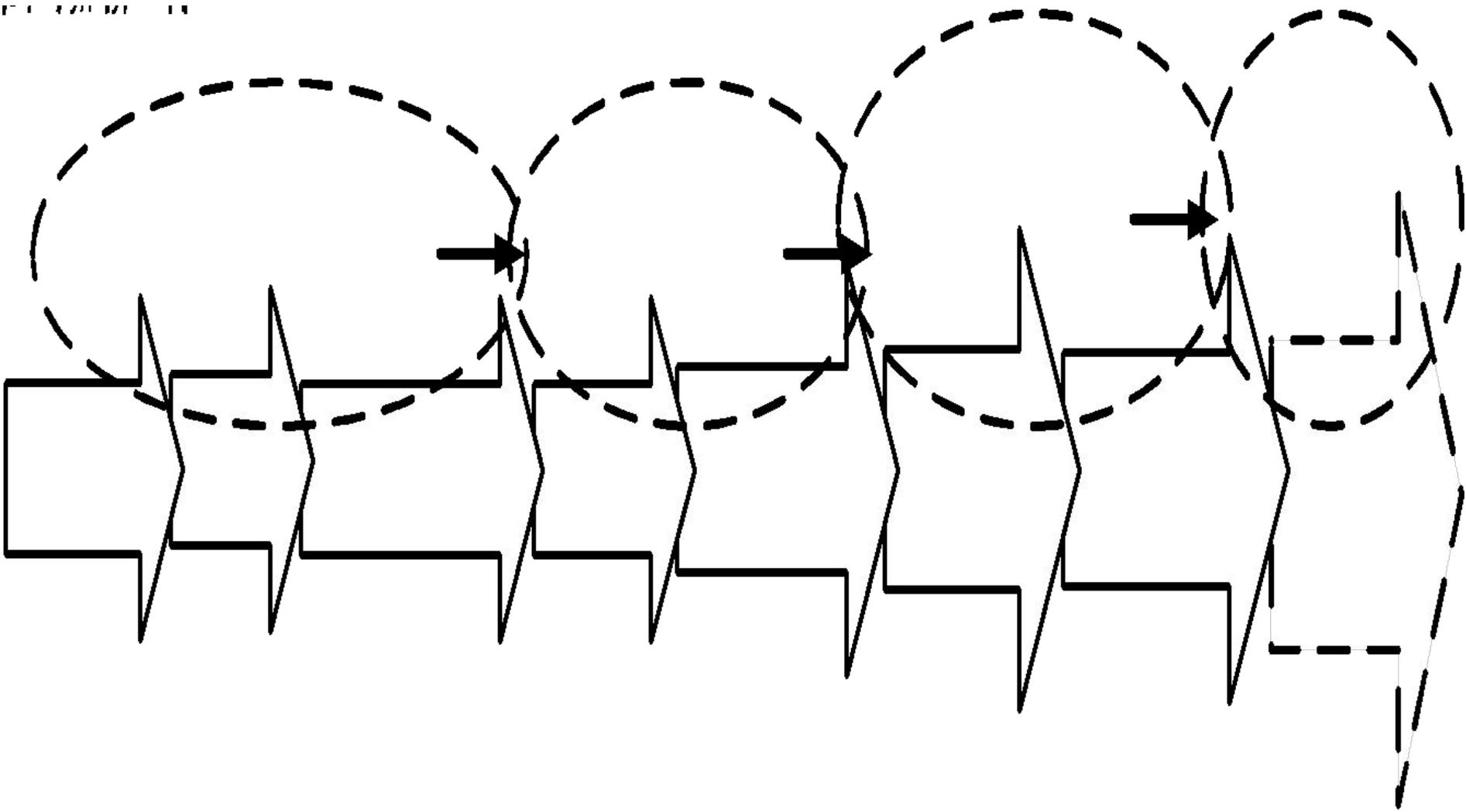
Факторы прямого и косвенного воздействия сред на деятельность организации в СУ



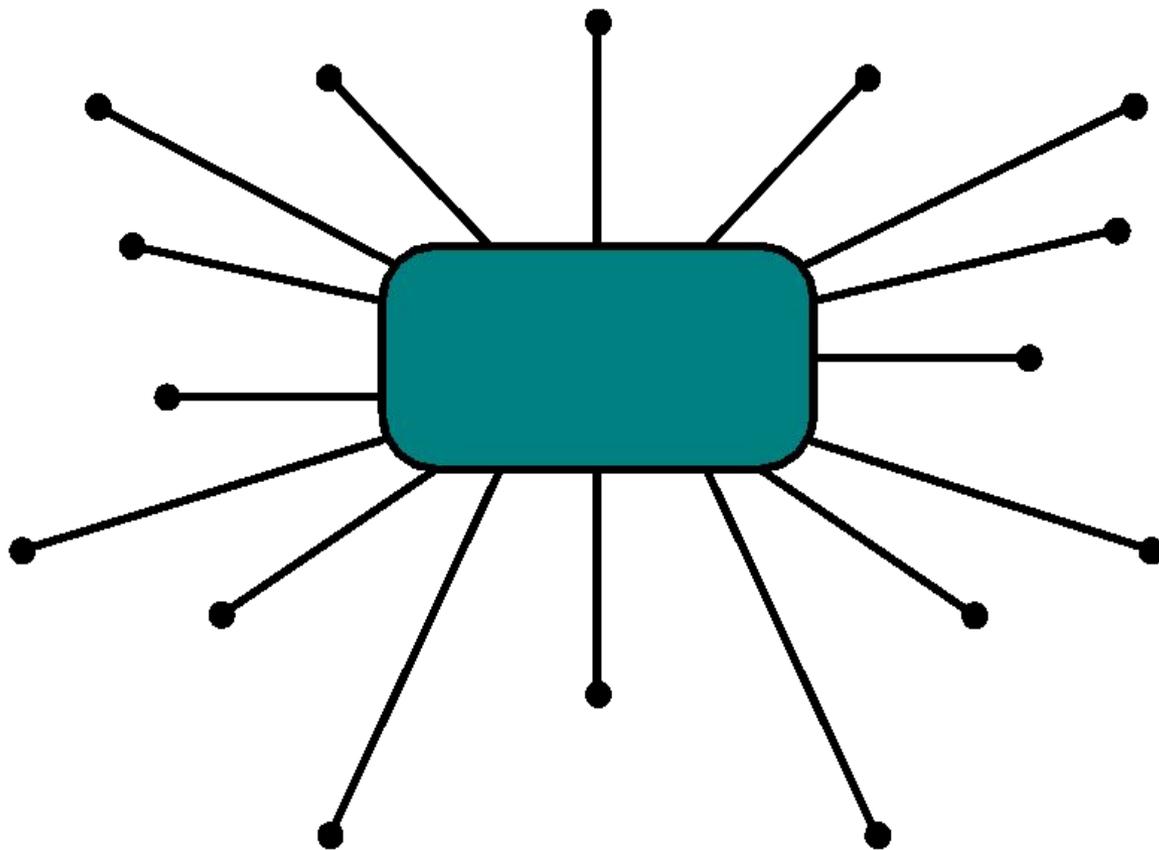
Структуры стратегического позиционирования



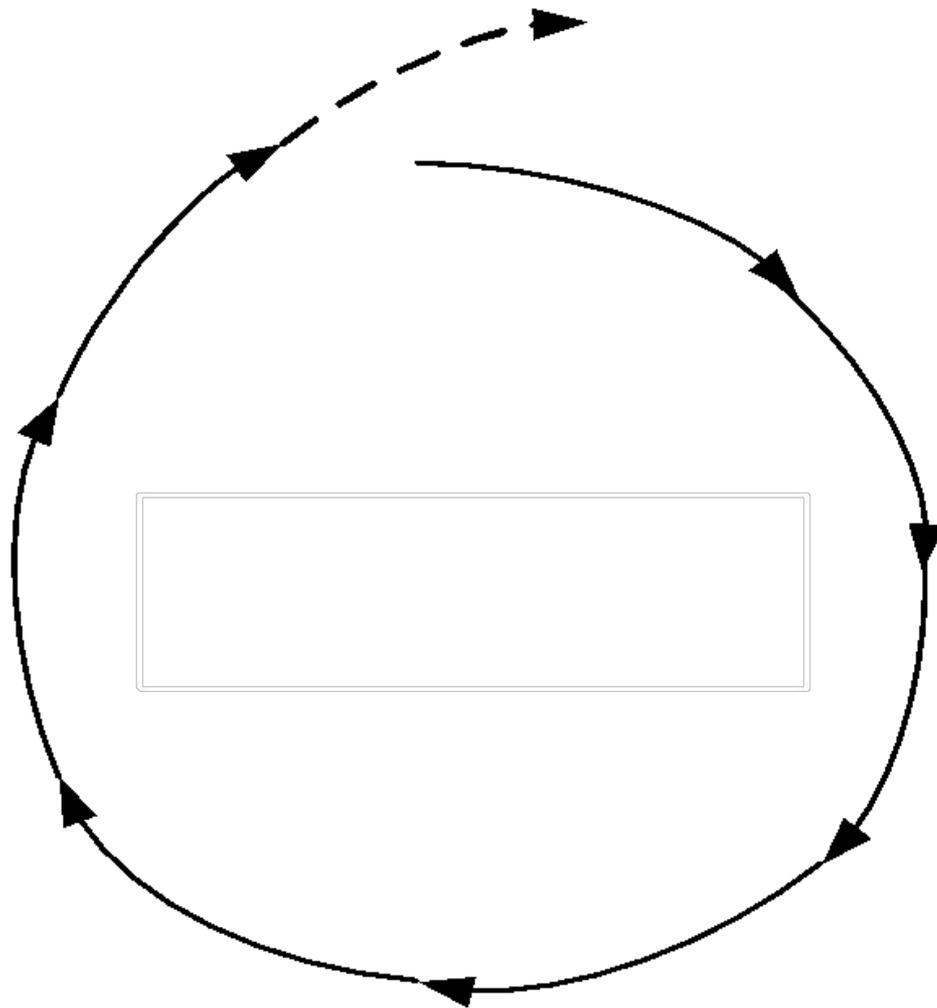
Стратегия - процесс



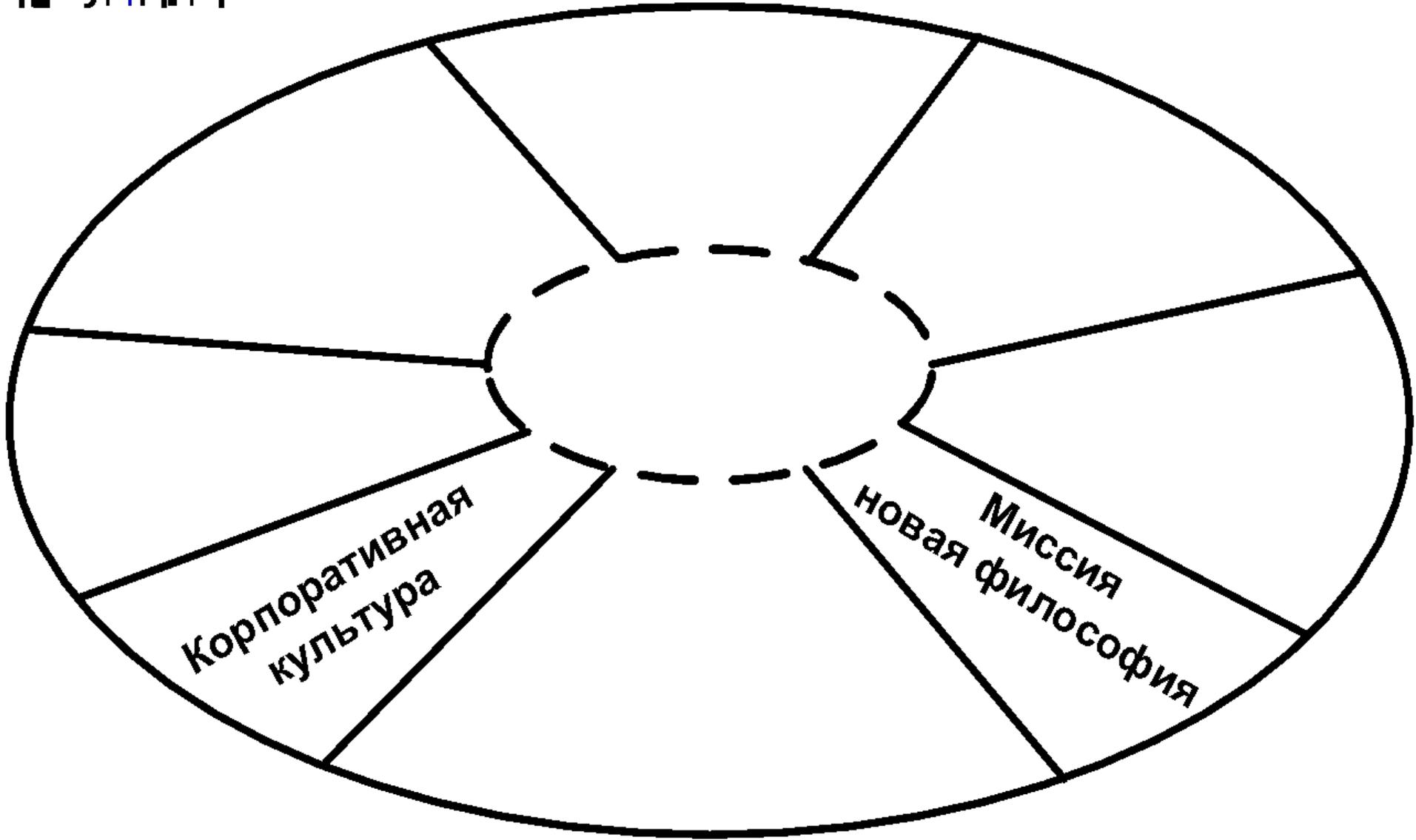
Вектор стратегий



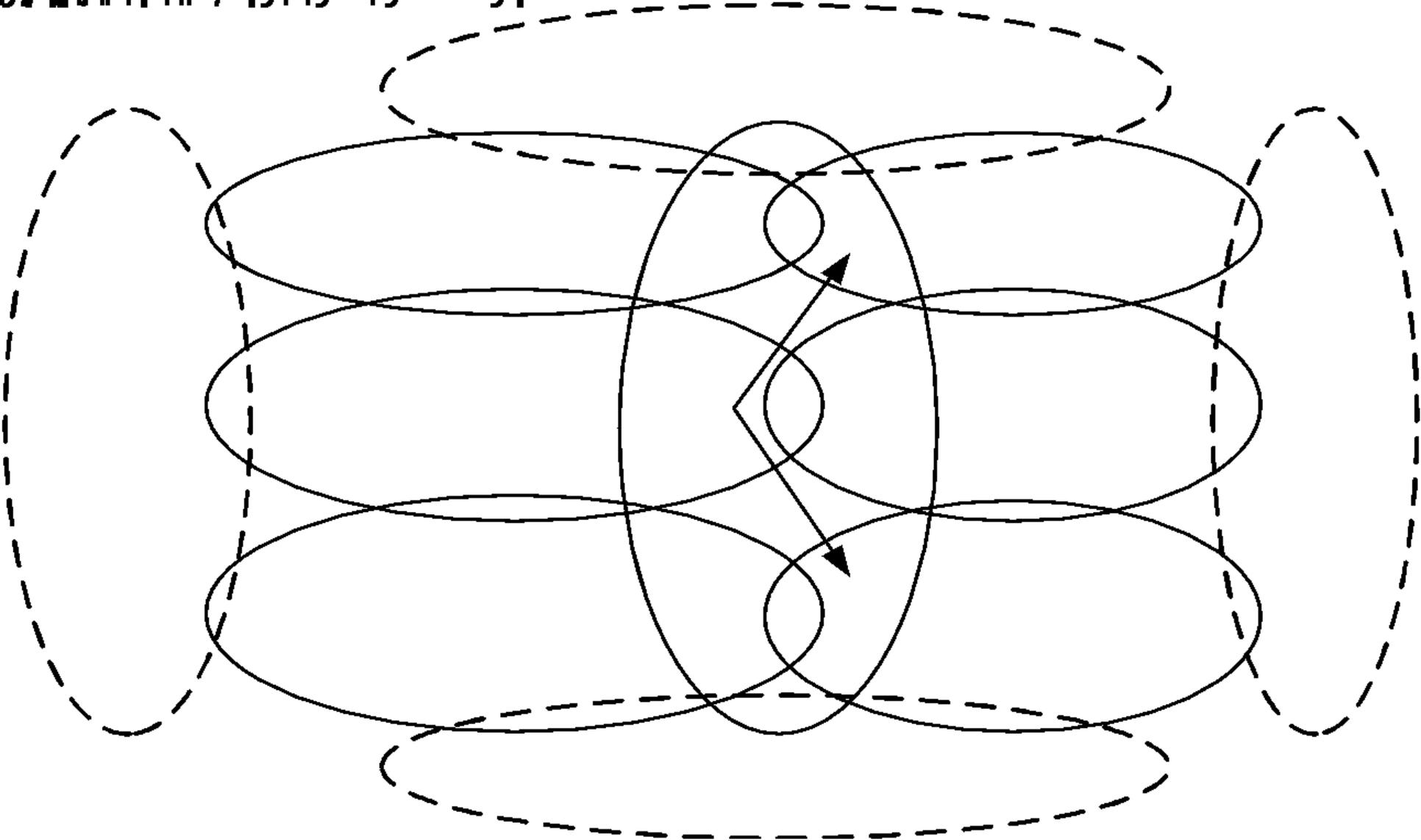
Составляющие стратегического управления организацией



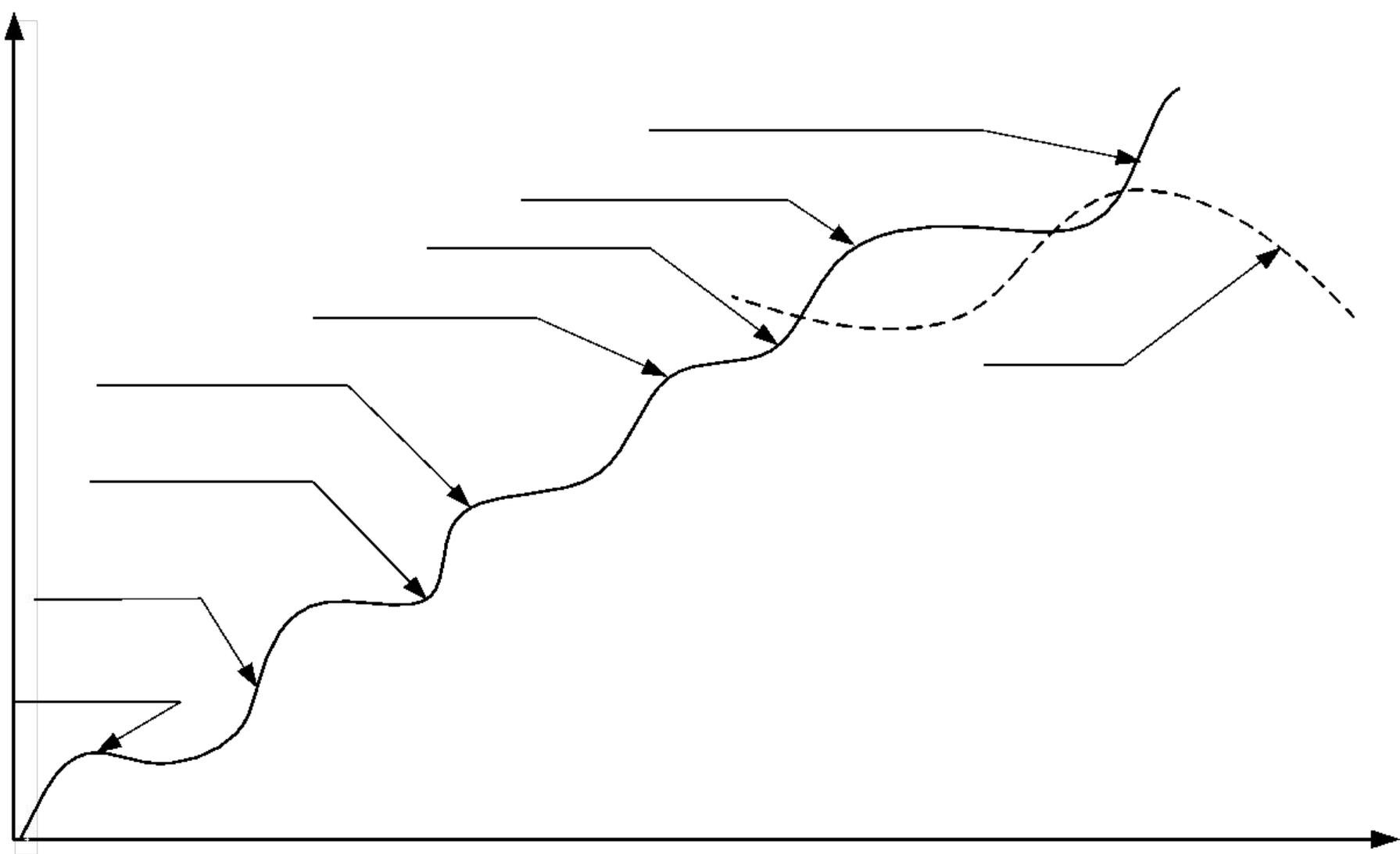
Корпоративная культура в СУ



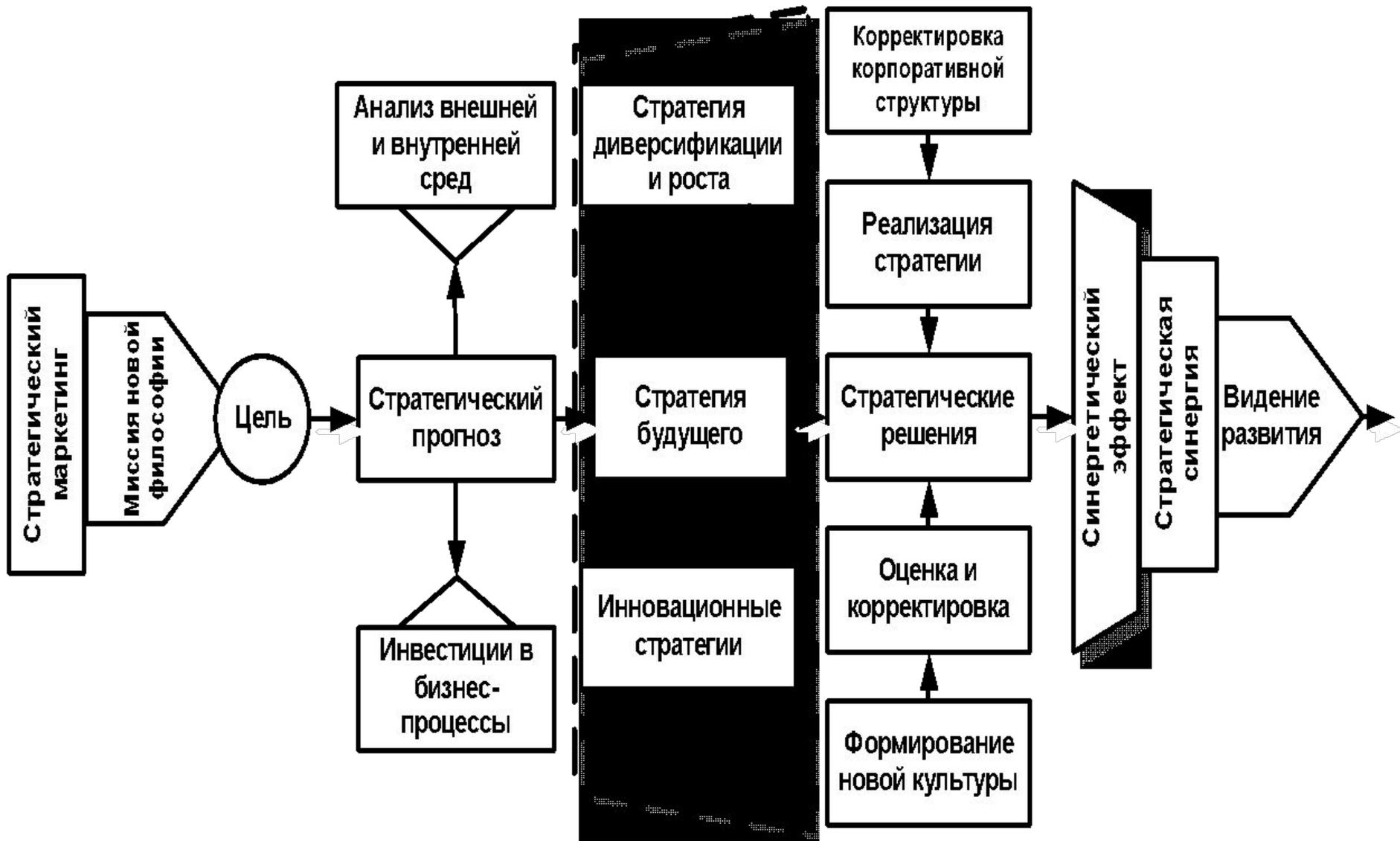
Аспекты потенциала организации в СУ



Алгоритм стратегической цели в СУ



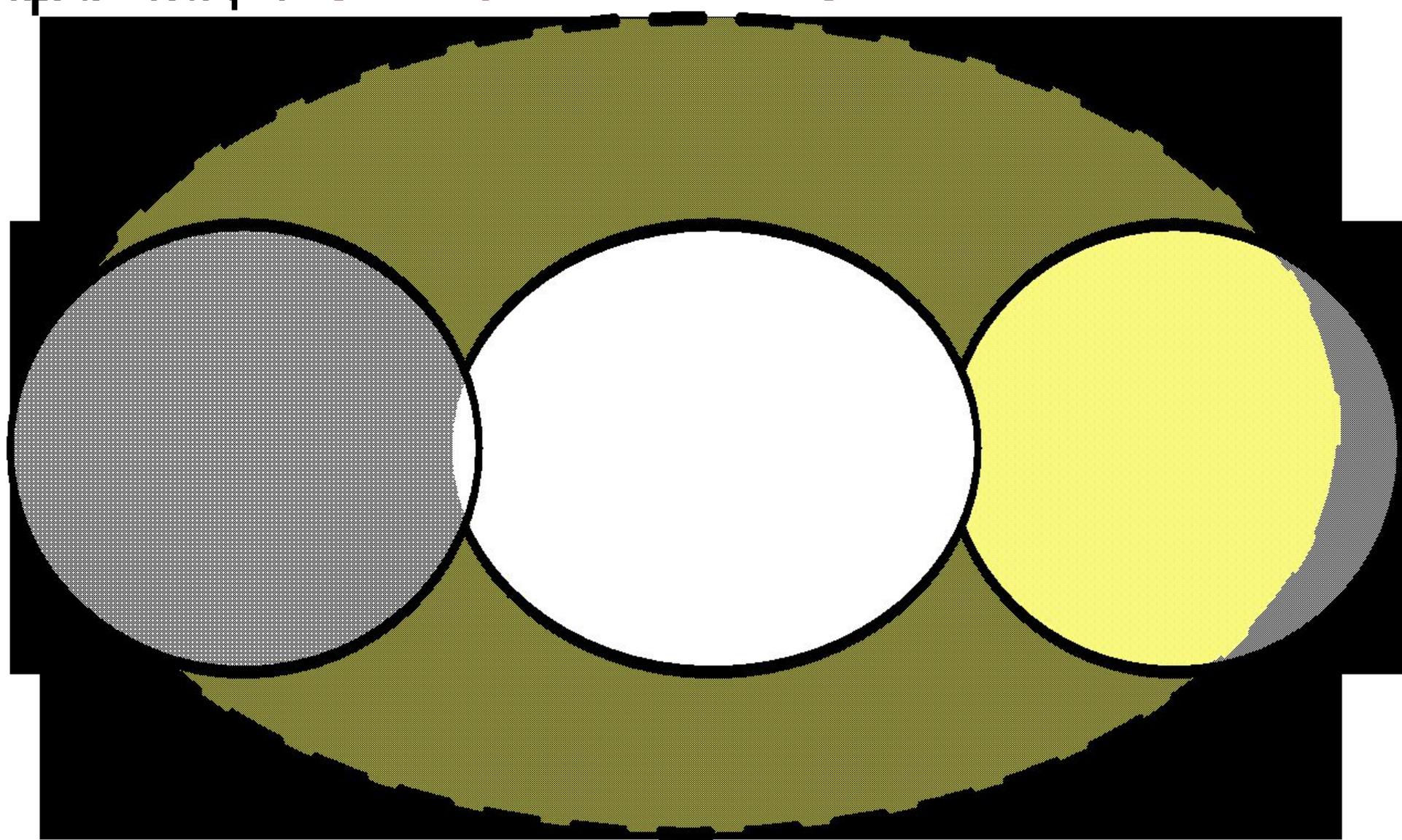
Гипотетическая кривая жизненного цикла продукции



Этапы процесса стратегического управления



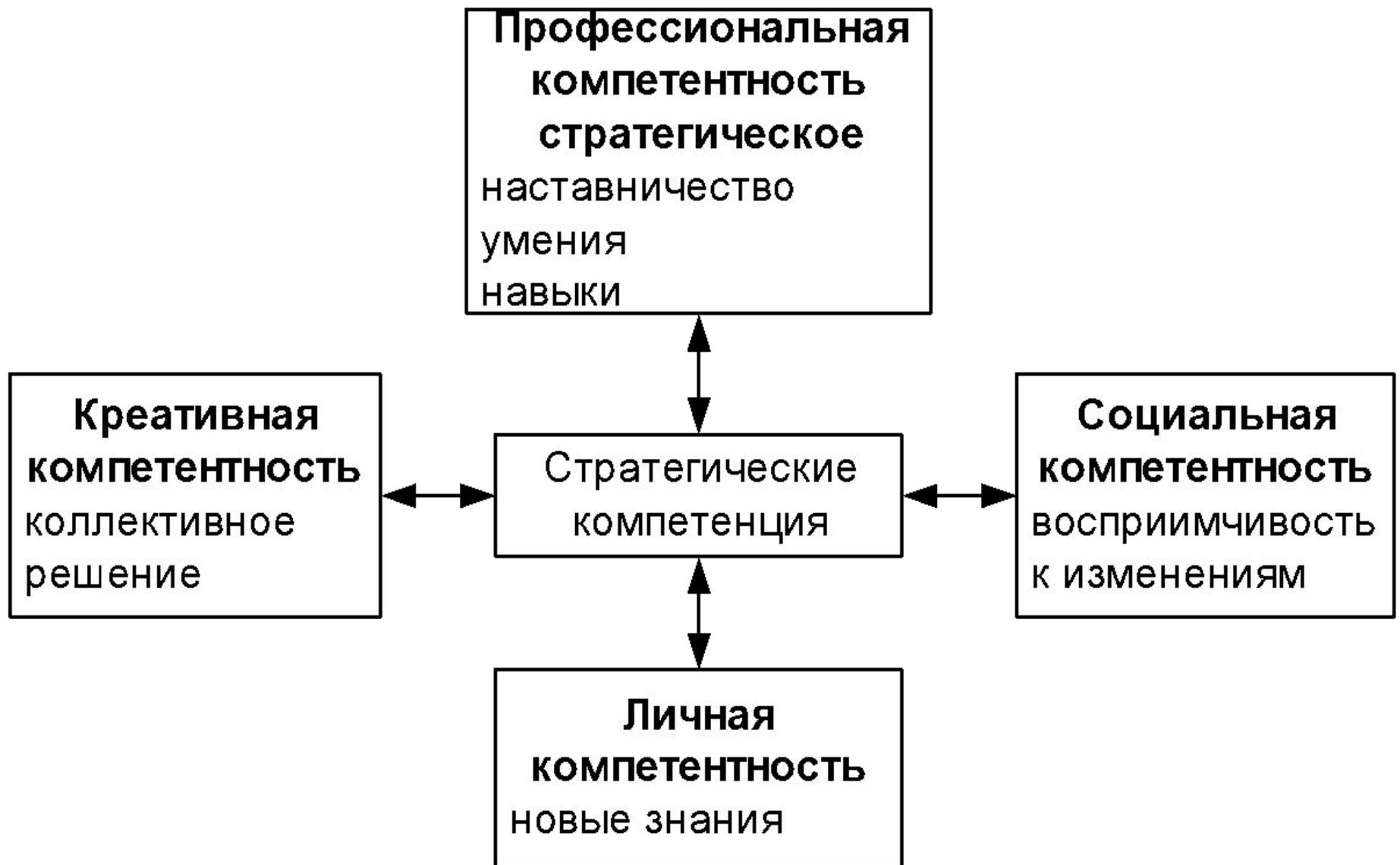
Управление компетенциями в СУ



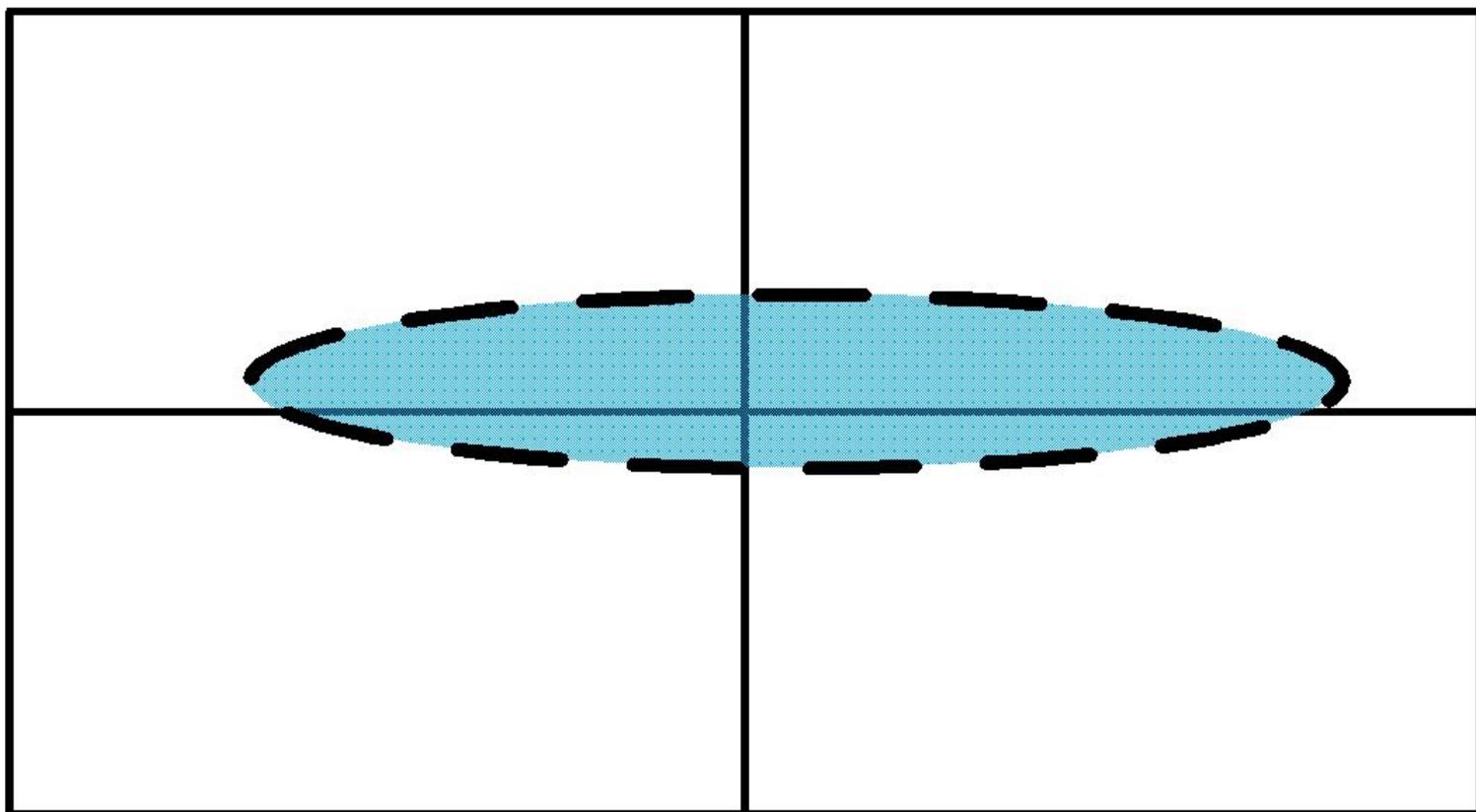
Структура интеллектуального потенциала в СУ



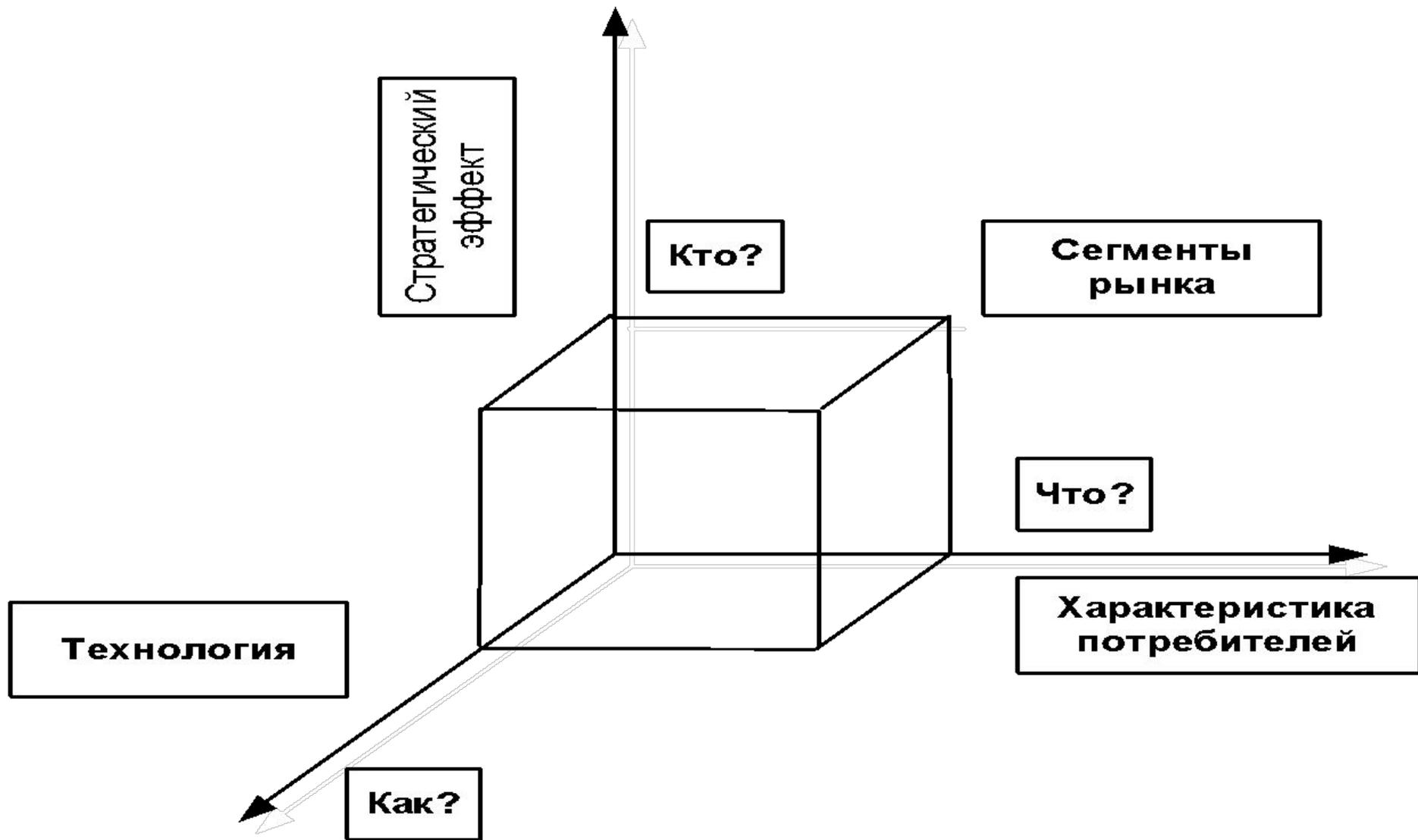
Управление знаниями – источник социальности бизнеса в СУ



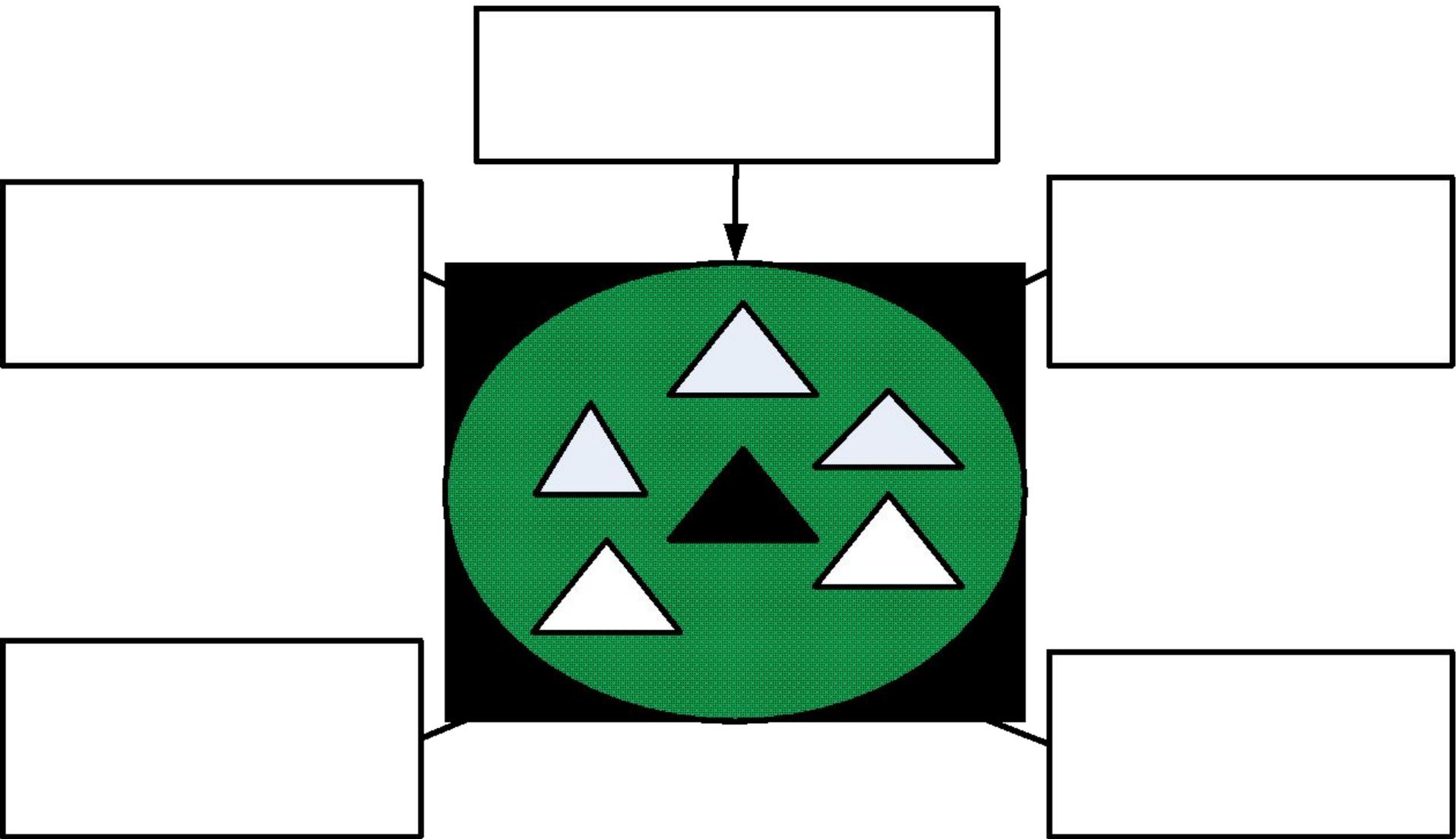
Разновидности компетенции личности



Матрица И. Ансоффа возможностей по товарам/рынкам



Стратегия по Абелю — трехмерный подход



Взаимодействие пяти сил по М. Портеру

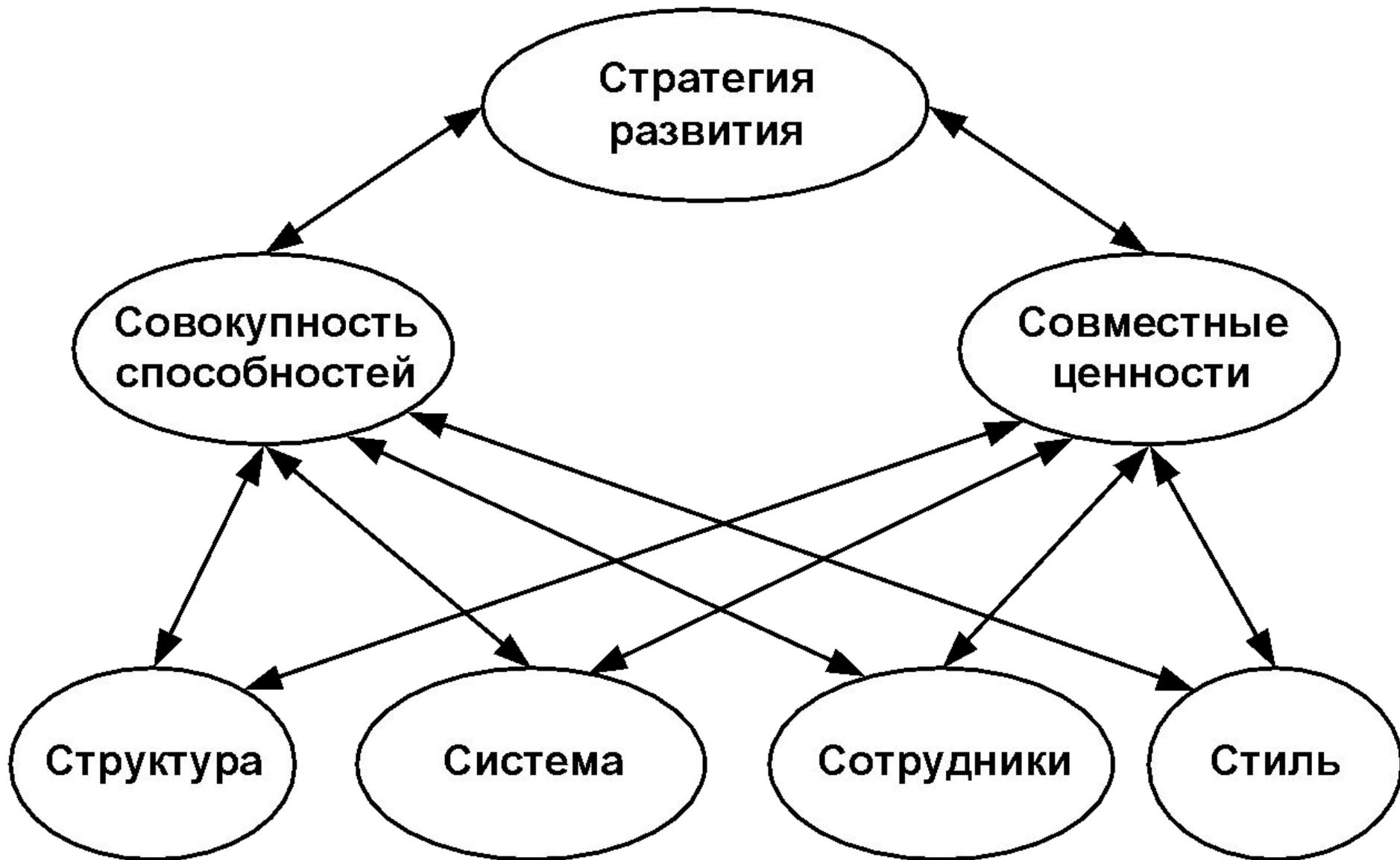
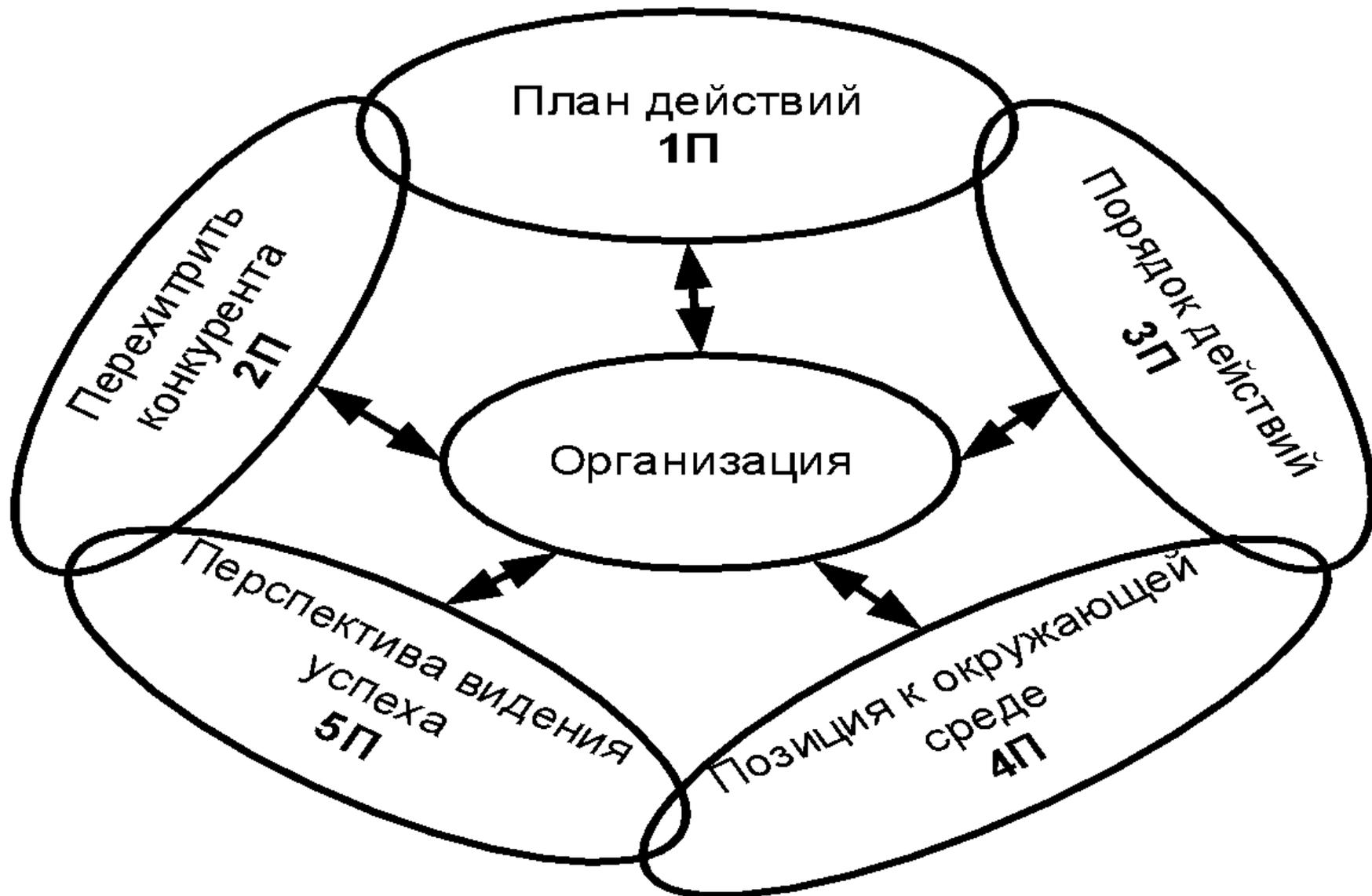
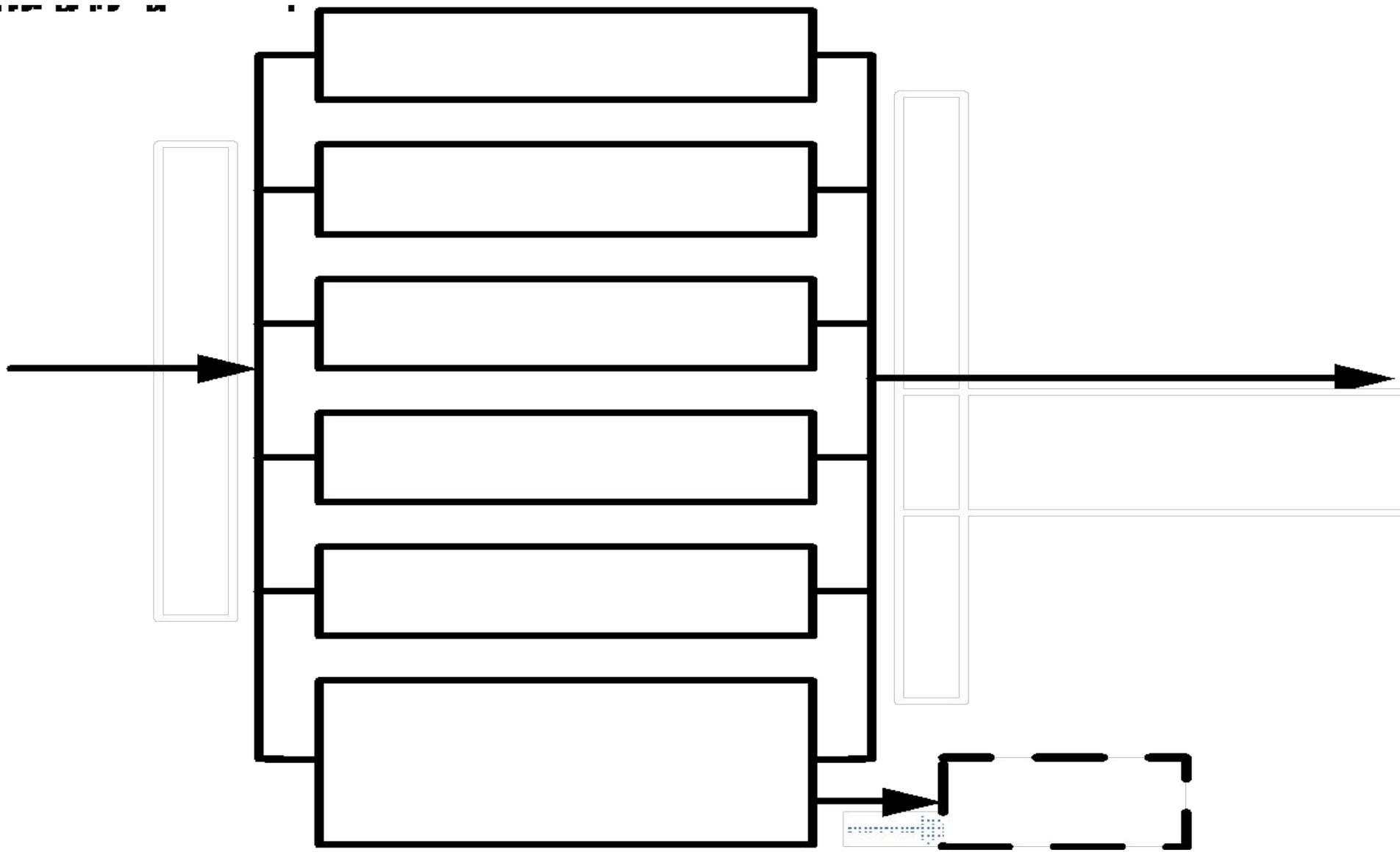


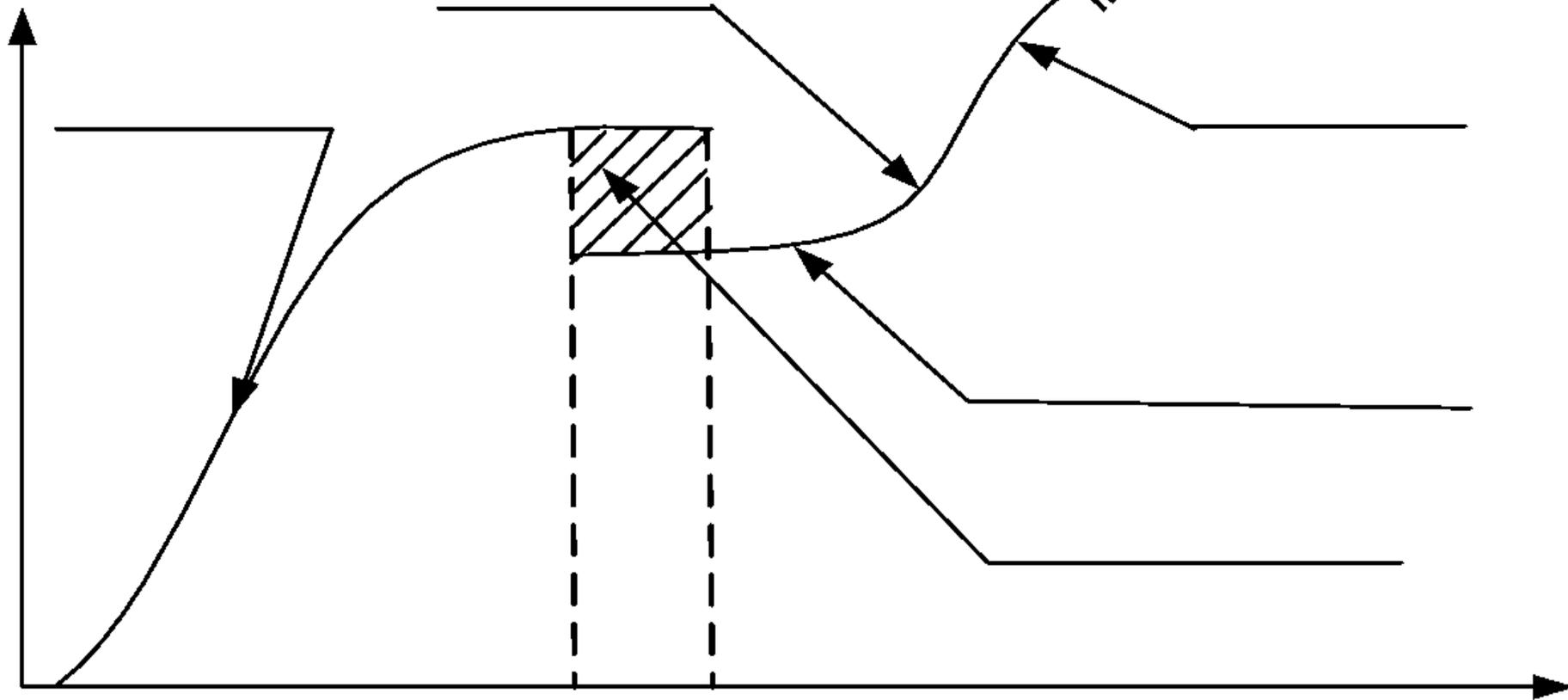
Схема «7С» фирмы «Мак-Кинси»



Матрица стратегии по Минцбергу



Технология стратегического управления

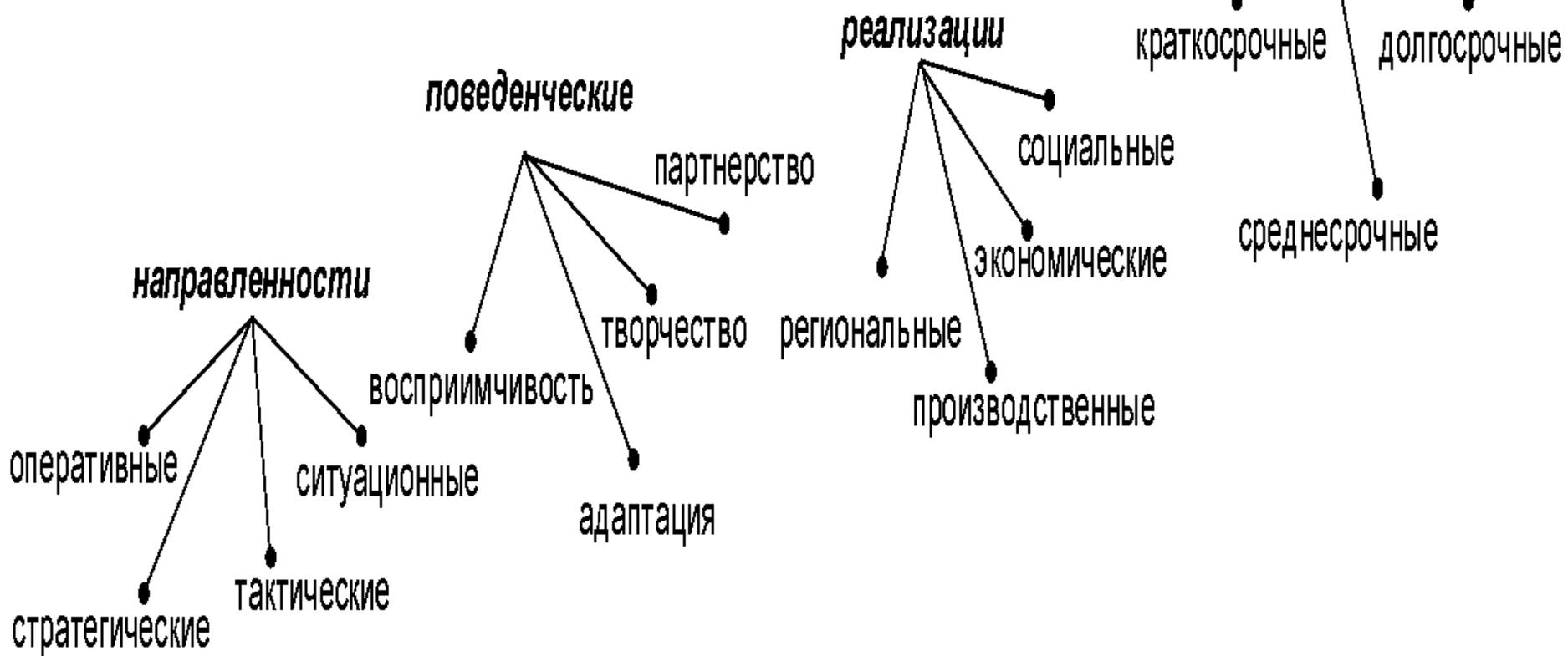


Стратегическое
позиционирование

Стратегический маркетинг-процесс – «время-деньги»

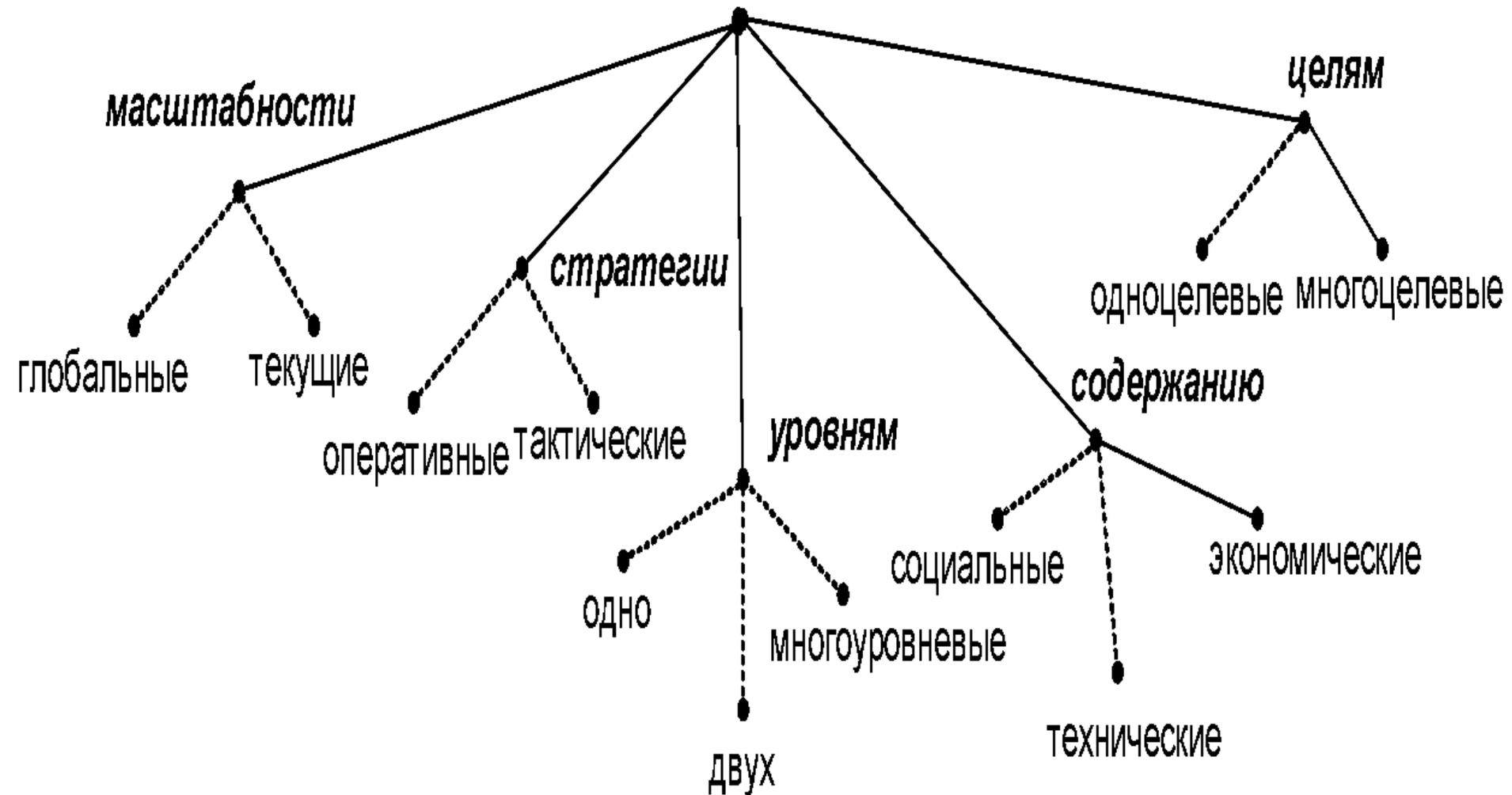
Цели
по:

времени

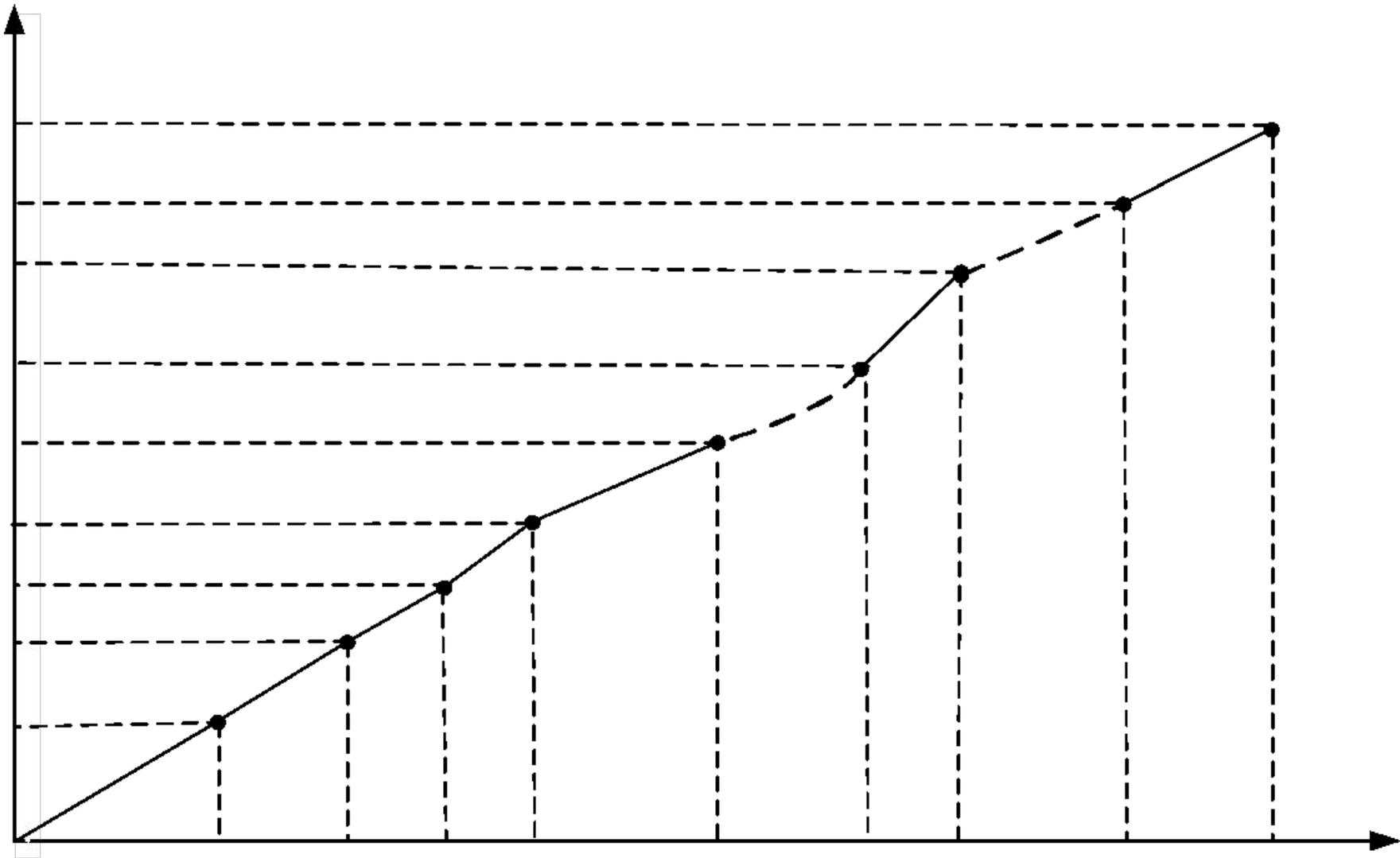


Классификация целей в СУ

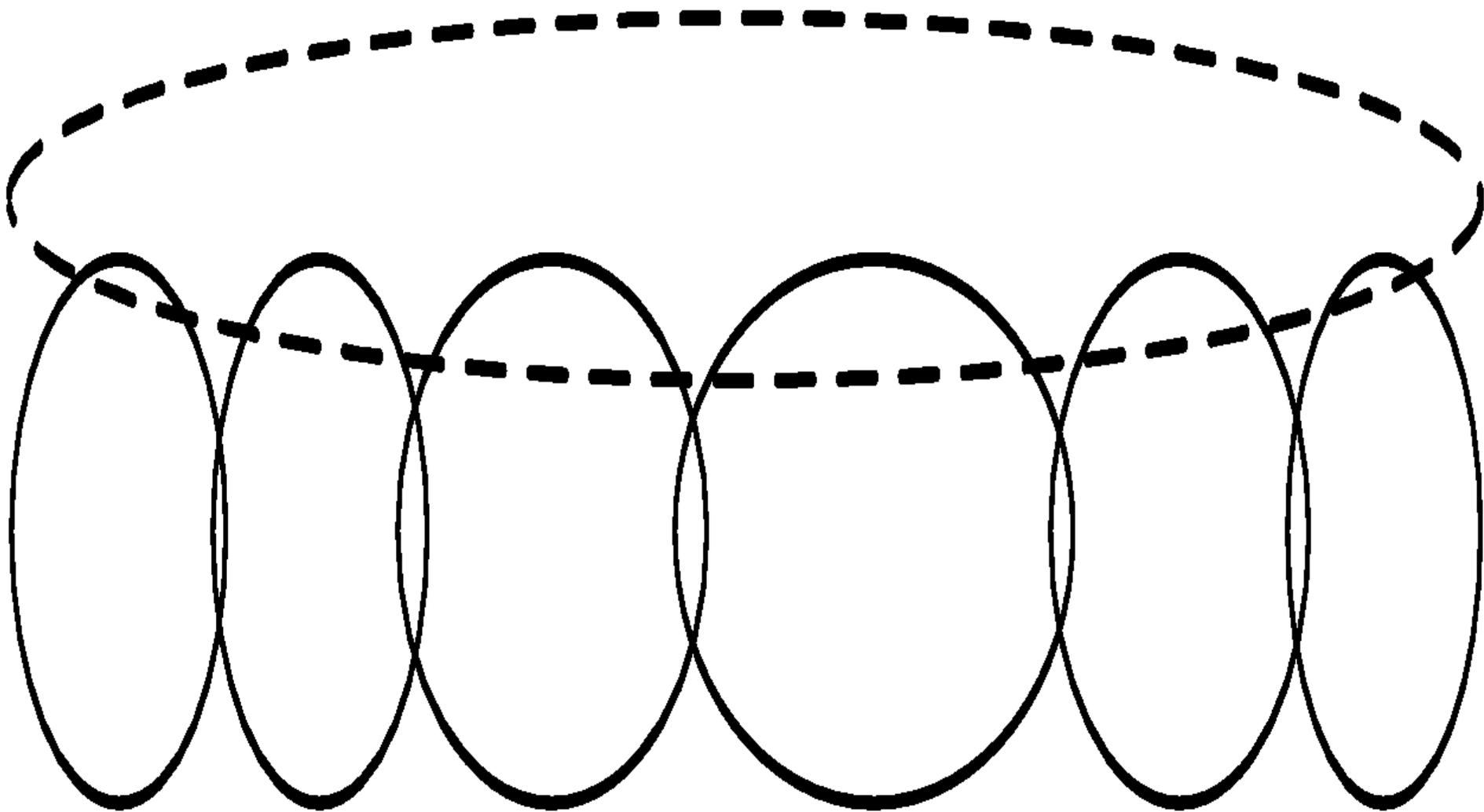
Направленность УР:



Практический классификатор в СУР



Процесс стратегического управленческого решения



Целевая ориентация стратегической организации

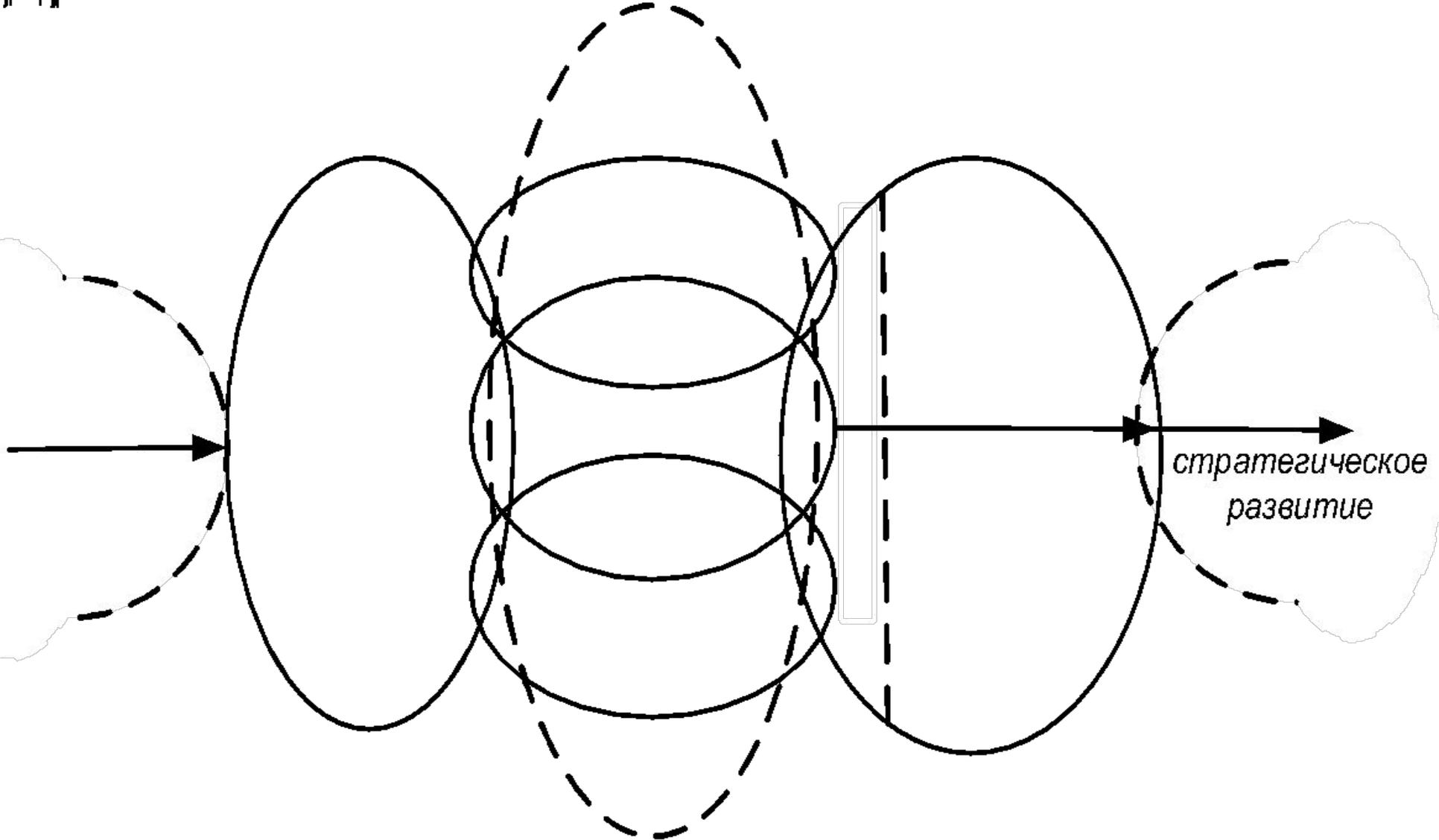
Стратегическая деятельность

оперативный результат – изменения технологии и оптимизация процесса этапов

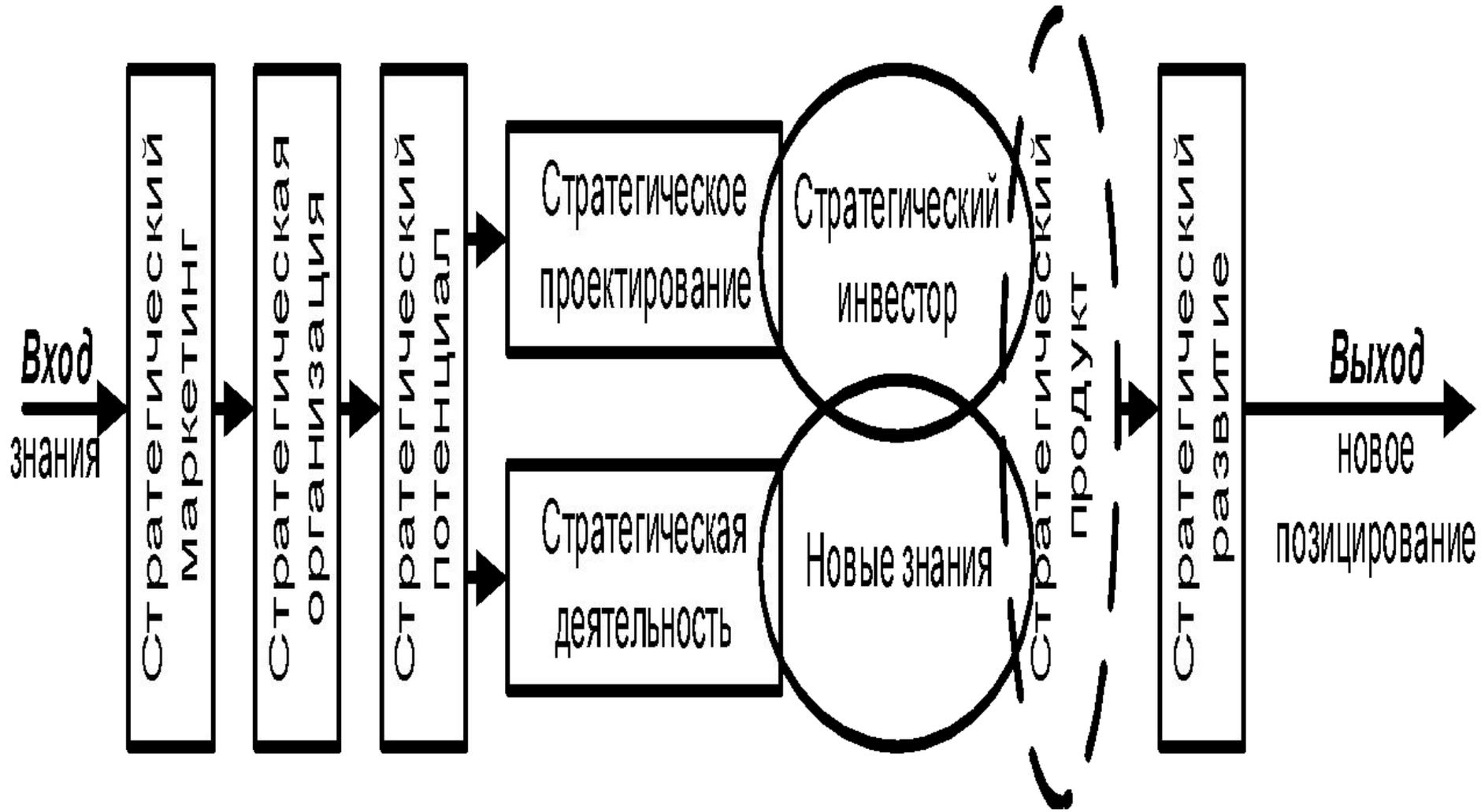
технологический результат – новые знания и новые продукты/услуги

стратегическая инвенция – обновление, непрерывное формирование продукции и создание социальных ценностей

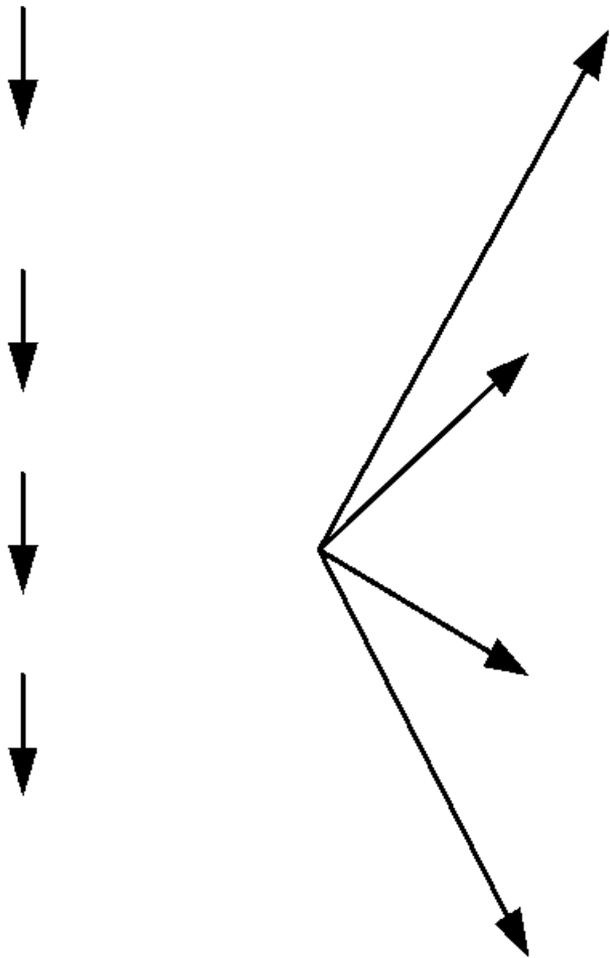
Модель организации стратегического сочетания



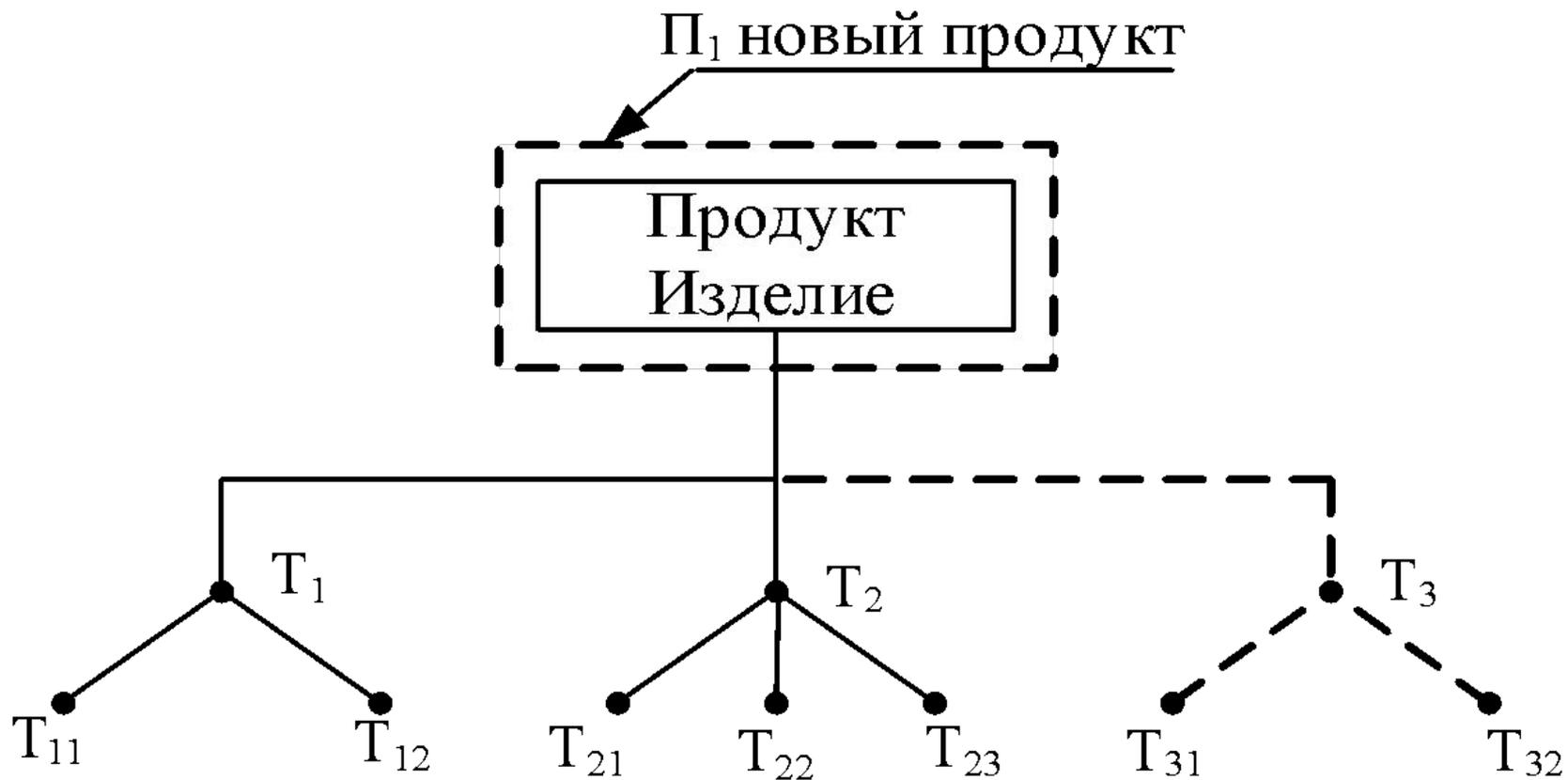
**Стратегический цикл → ОЭЗ → технопарк → институт →
синергия развития**



Стратегическое развитие организации



Процесс выделения СЗХ с учетом создания СЗР



П₁ – новый продукт

П – продукт

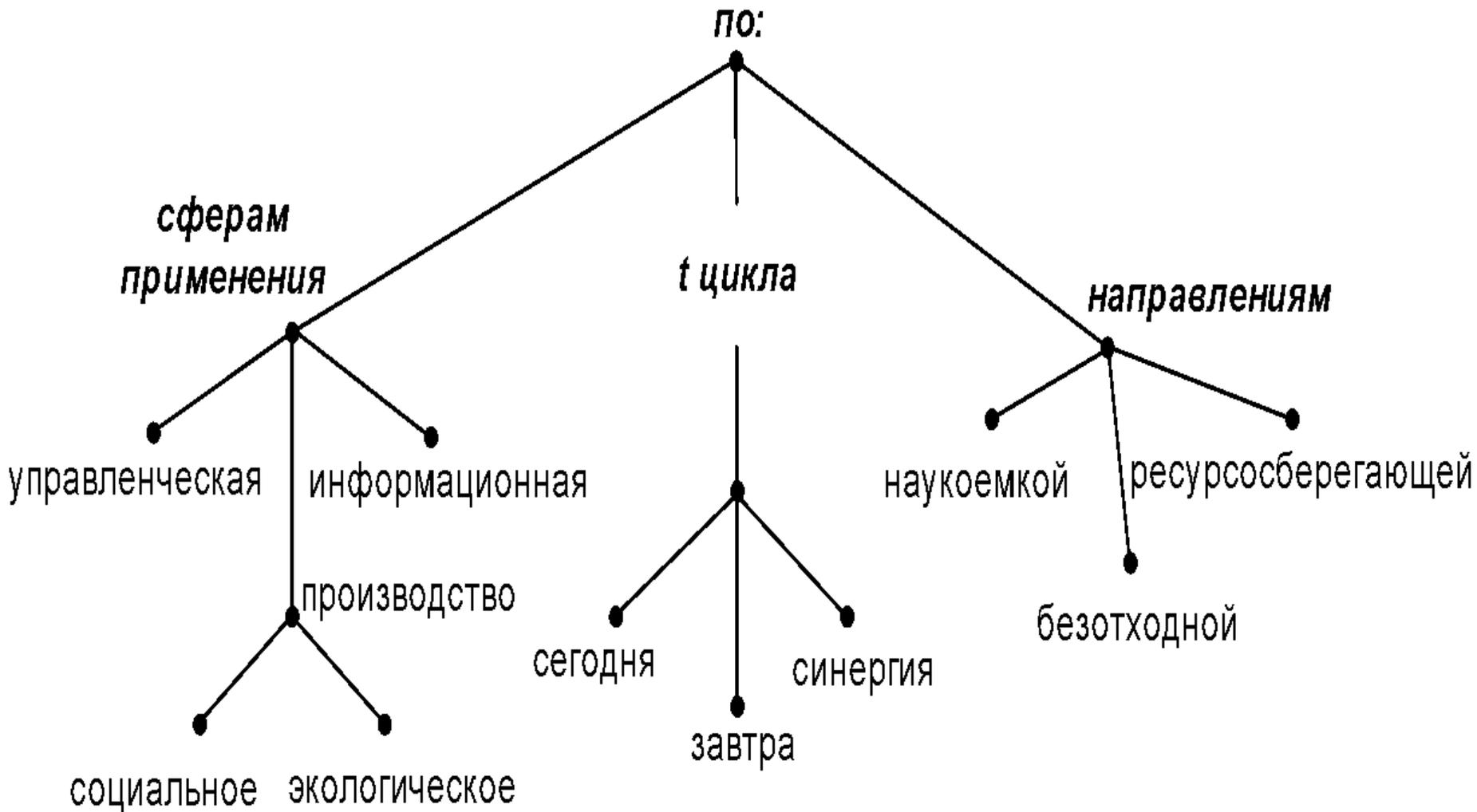
T₁, T₂ – технологии

T₁₁, T₂₁ – подтехнологии

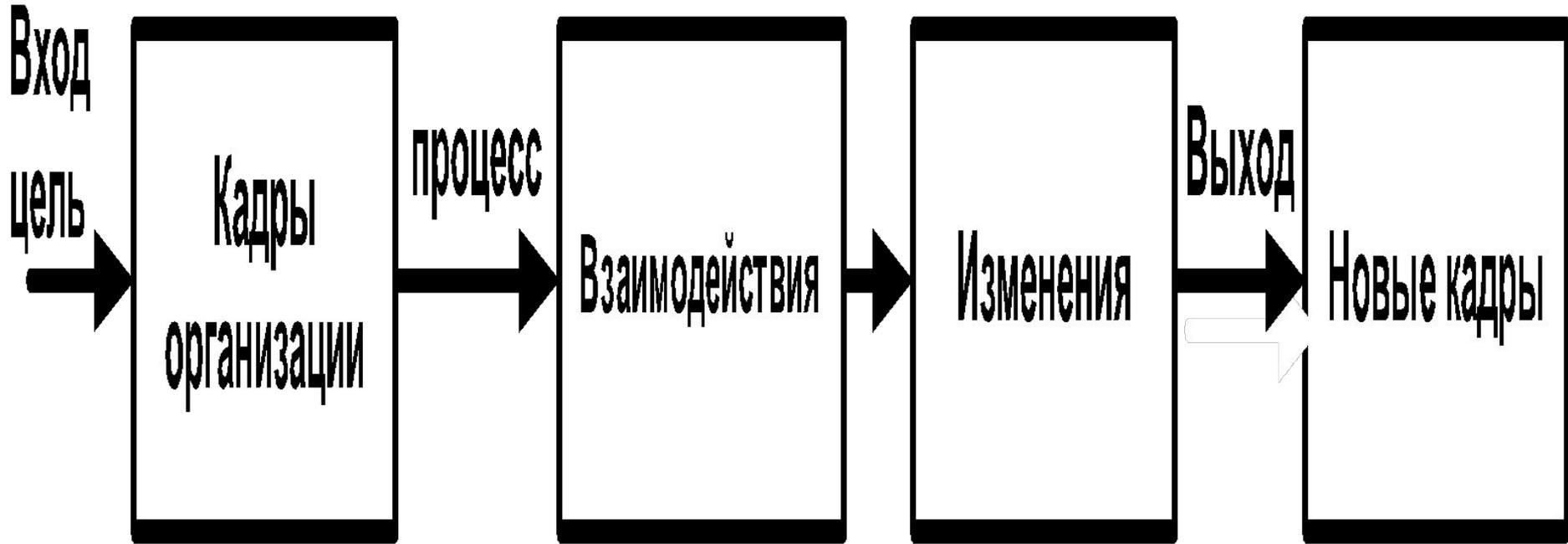
T₃ – новая технология

Схема технология – продукт

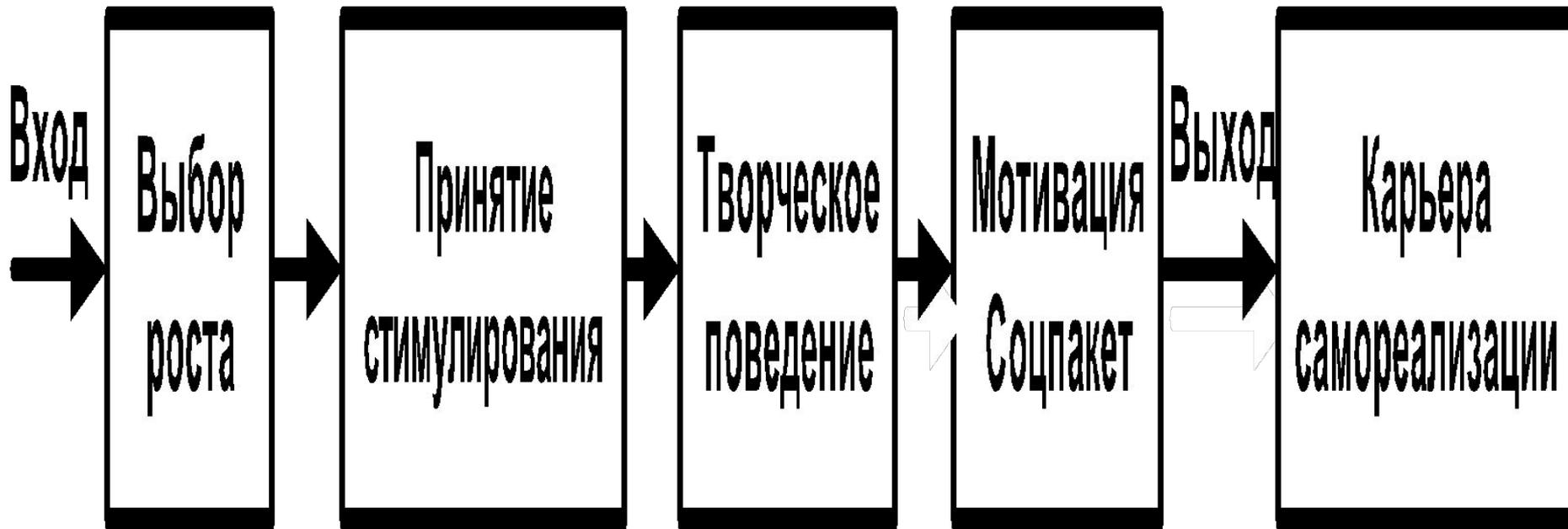
Классификация технологий



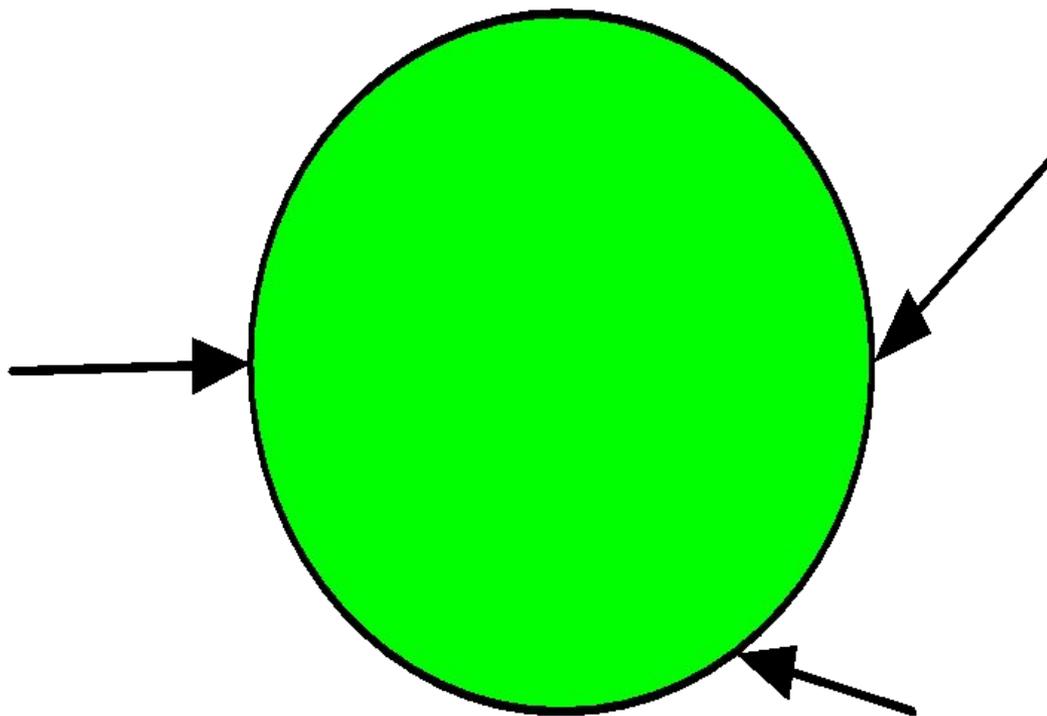
Логика реализации технологий в СУ



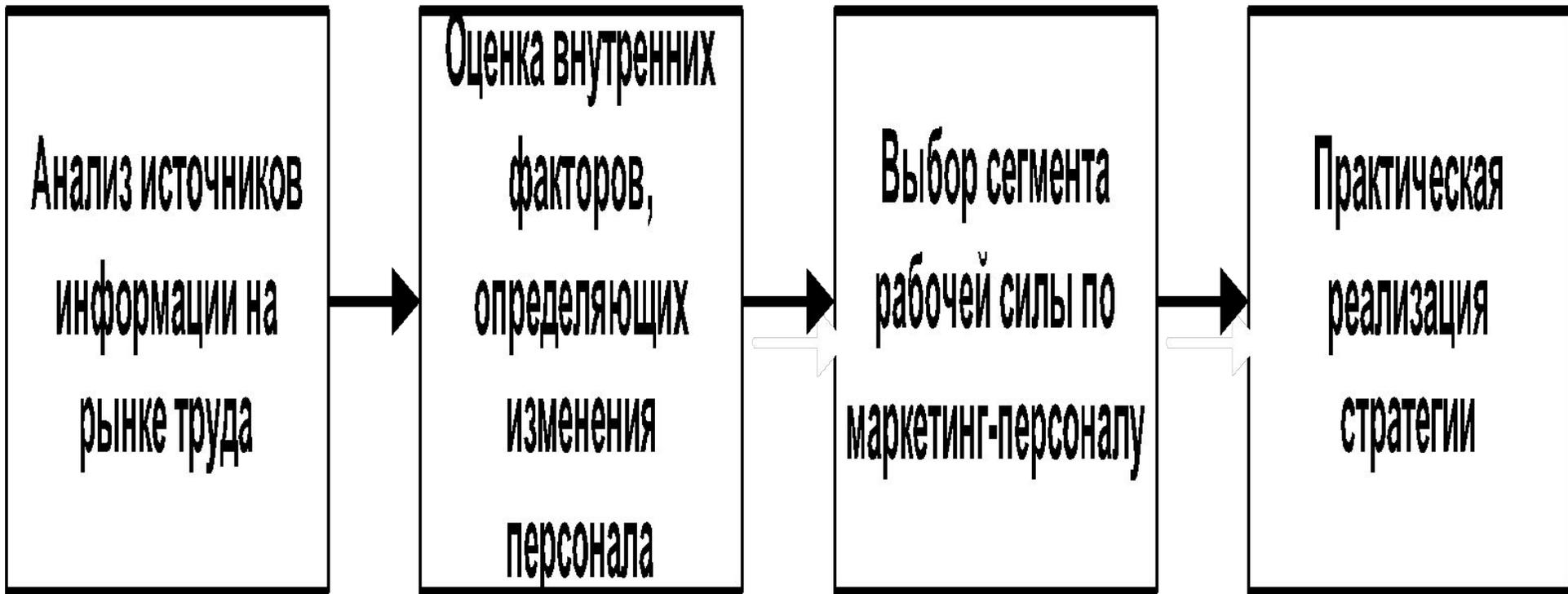
Процесс планирования кадров



Процесс мотивации в СУ



Составляющие компетенции в СУ



Этапы персонал – маркетинга

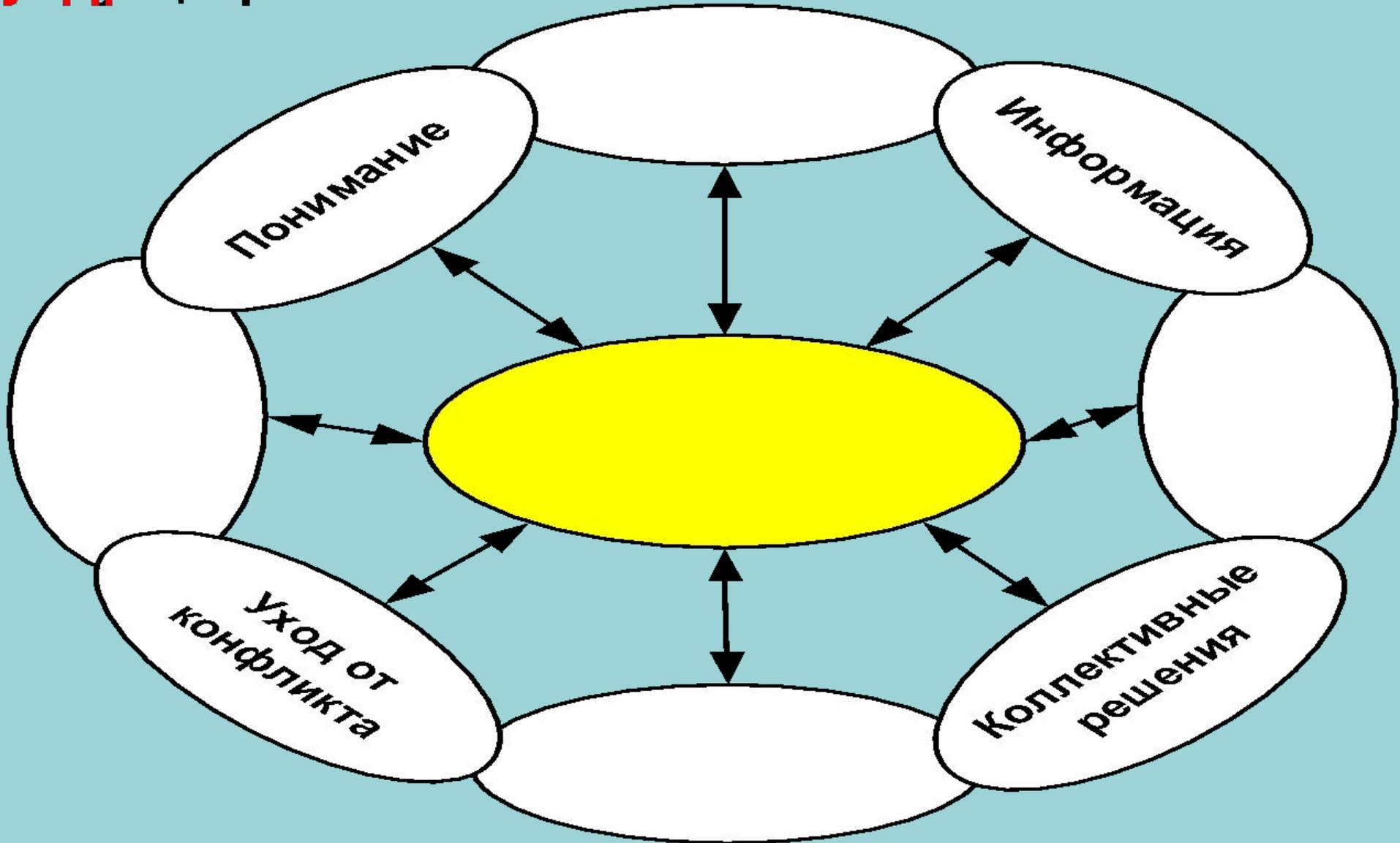
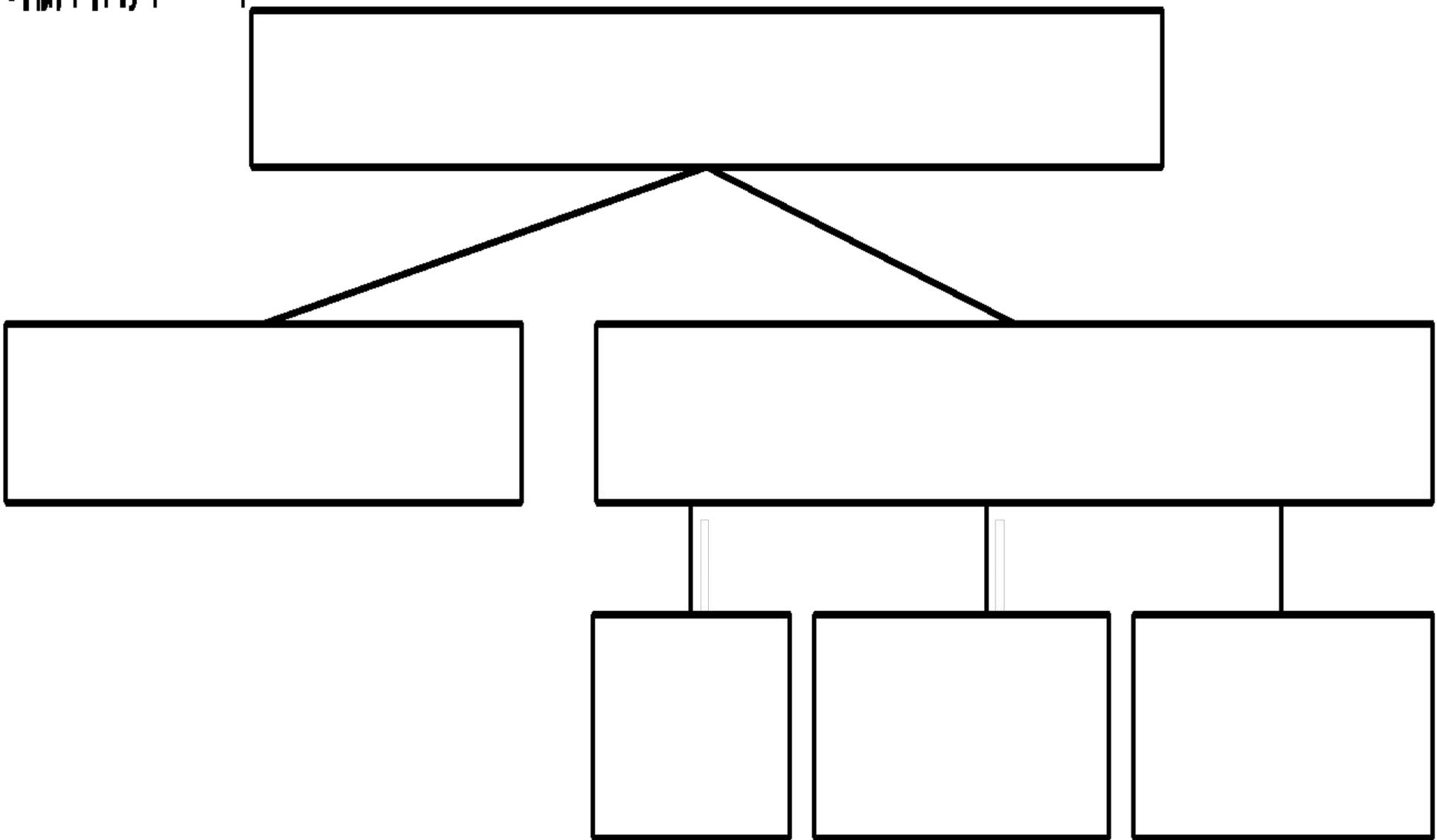


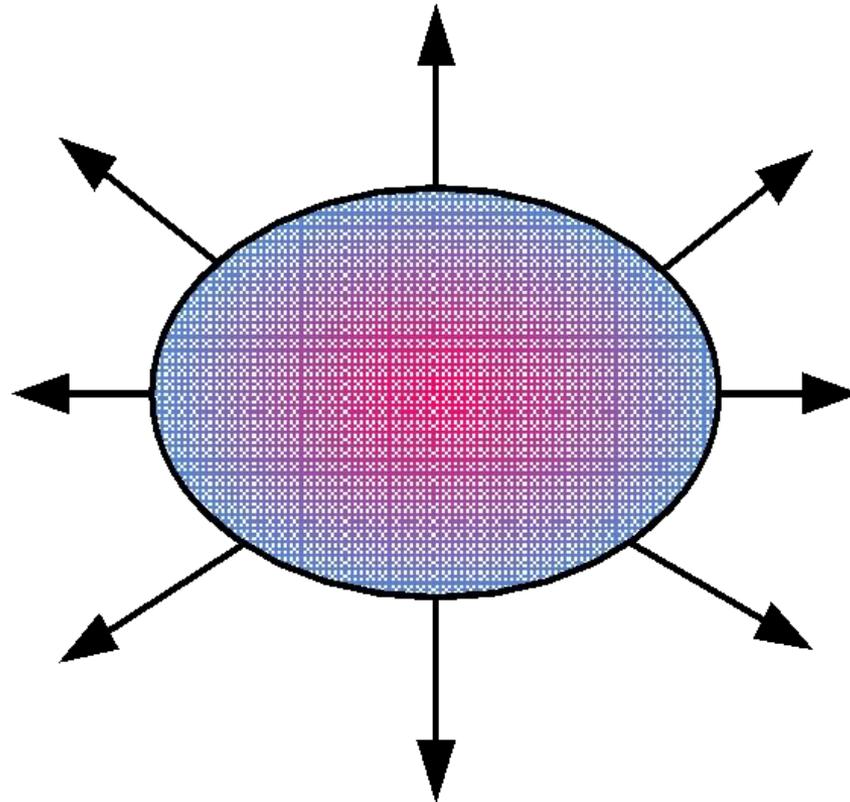
Схема процесса управления конфликтом



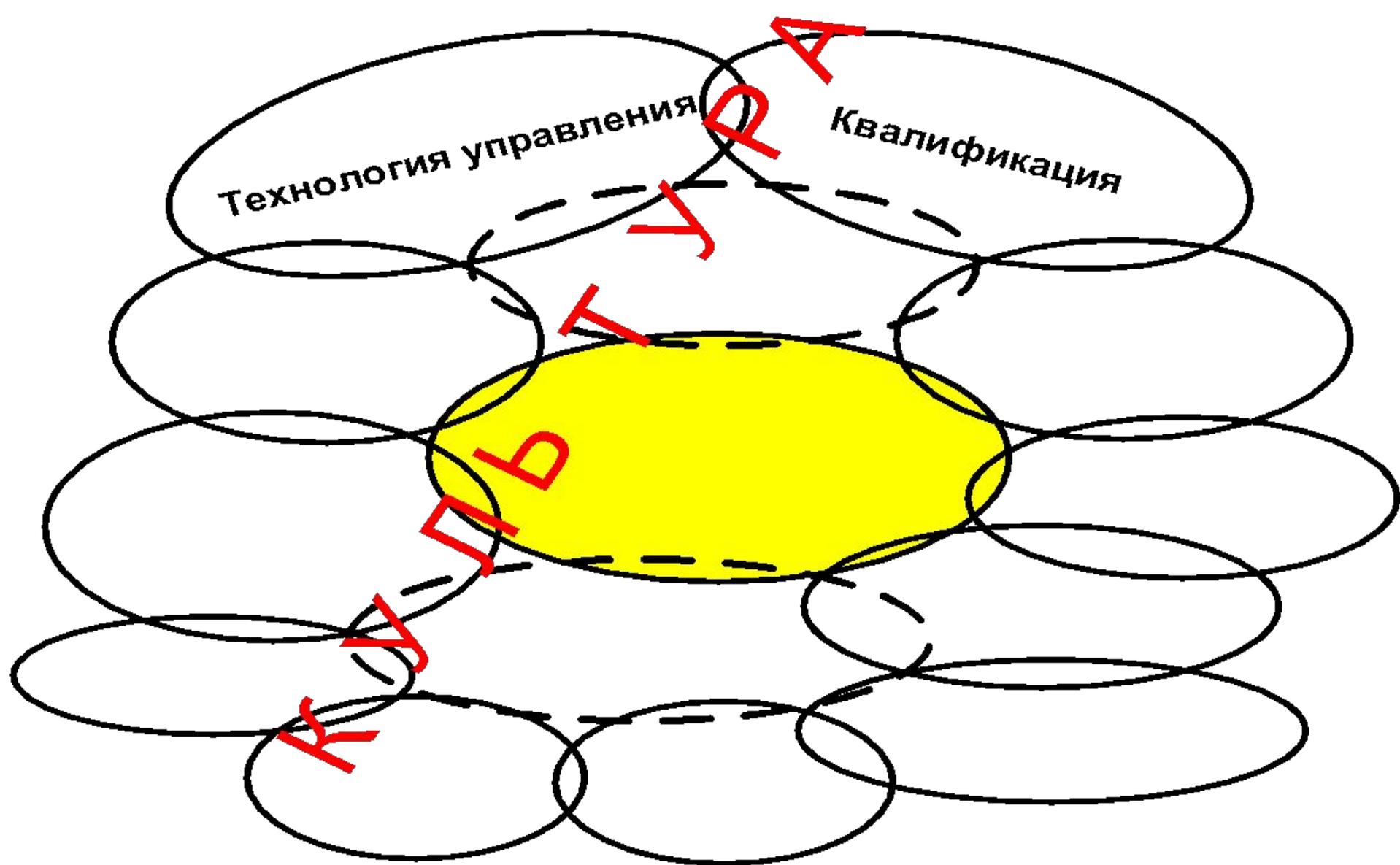
Классификация теорий мотивации

Аспекты	Оперативный	Стратегический
	ориентация на:	
<i>Корпоративная структура</i>	◆ Горизонтальная	◆ стратегическое <i>проектное управление</i>
<i>Корпоративная культура</i>	◆ <i>успех</i> – эффективное производство	◆ атакующую стратегию и <i>гибкость</i>
<i>Корпоративная логистика</i>	◆ краткосрочное <i>регулирование</i>	◆ стратегический <i>синергизм</i>
<i>Руководитель-организатор</i>	◆ <i>умение</i> достичь стратегической цели	◆ проводник изменений – лидер
<i>Контроль-анализ</i>	◆ партнерское взаимодействие всех подразделений	◆ стратегическо-экологический контроллинг

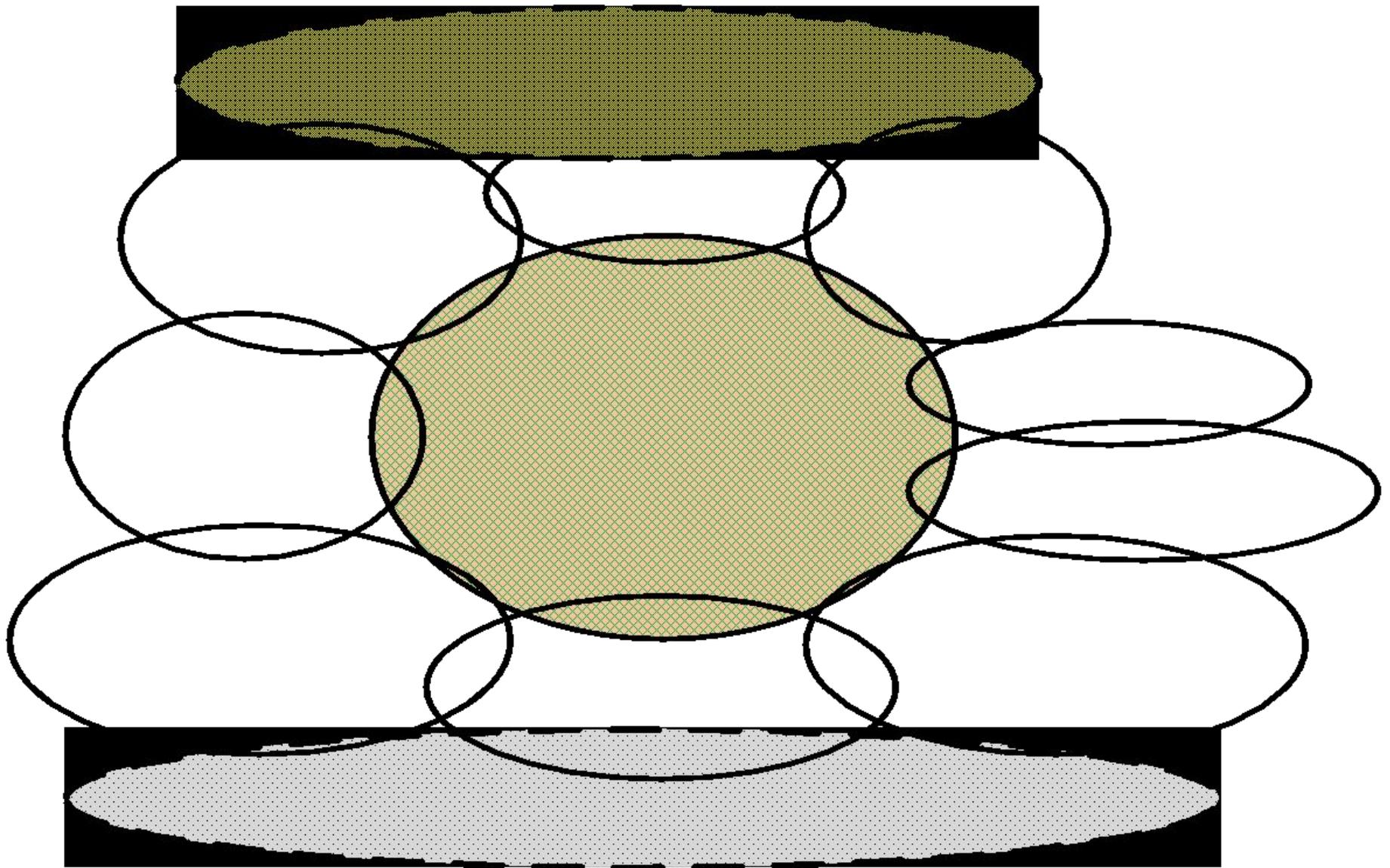
Алгоритм архитектоники организации



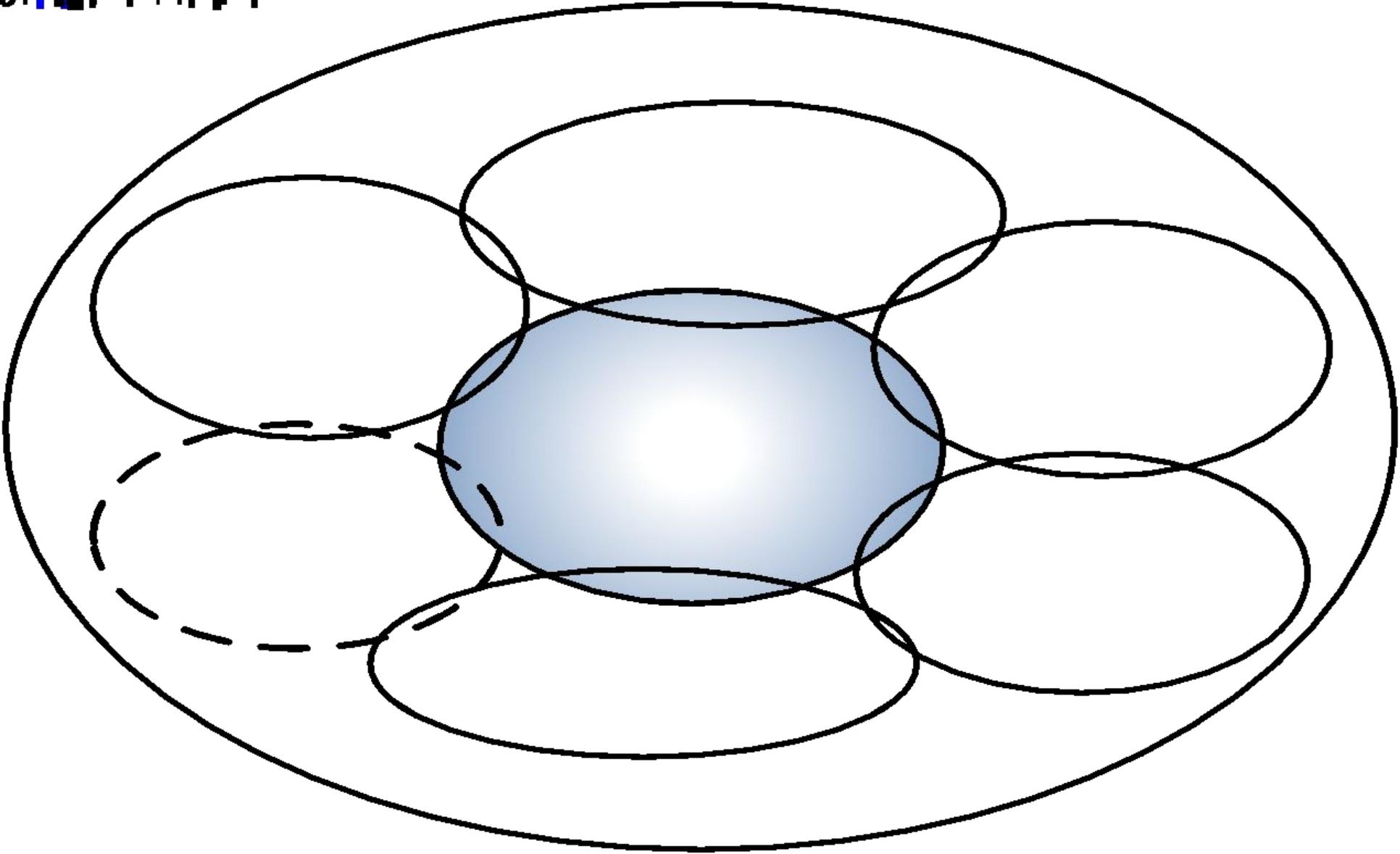
Стратегическое взаимодействие



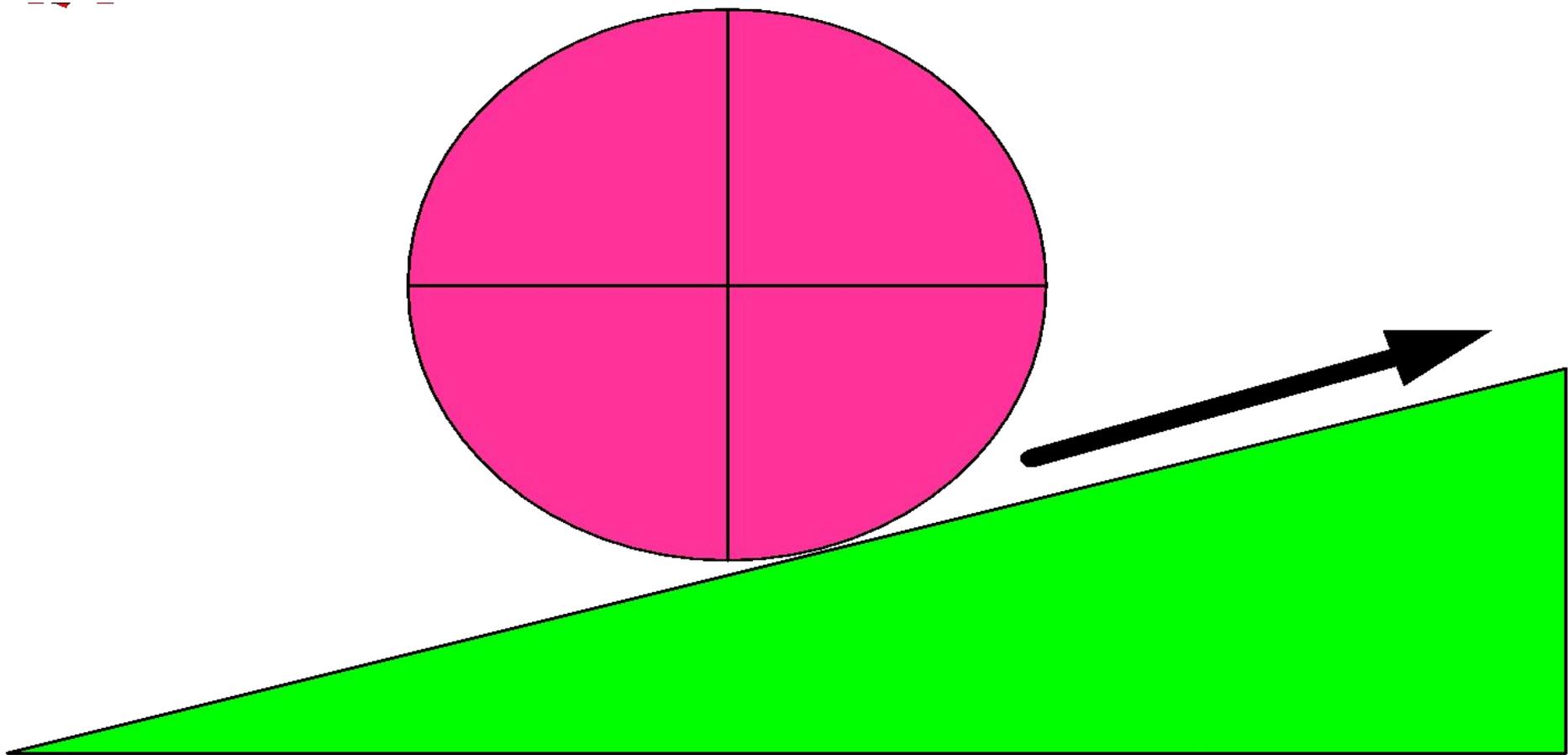
Система стратегического управления персоналом в СУ



Человек и стратегическое управление



Синергия стратегической игры в СУ



Цикл Деминга

Ранжирование узлов, имевших дефекты на комбайнах "Дон-680" в условиях эксплуатации по данным УСОР за 2002г.

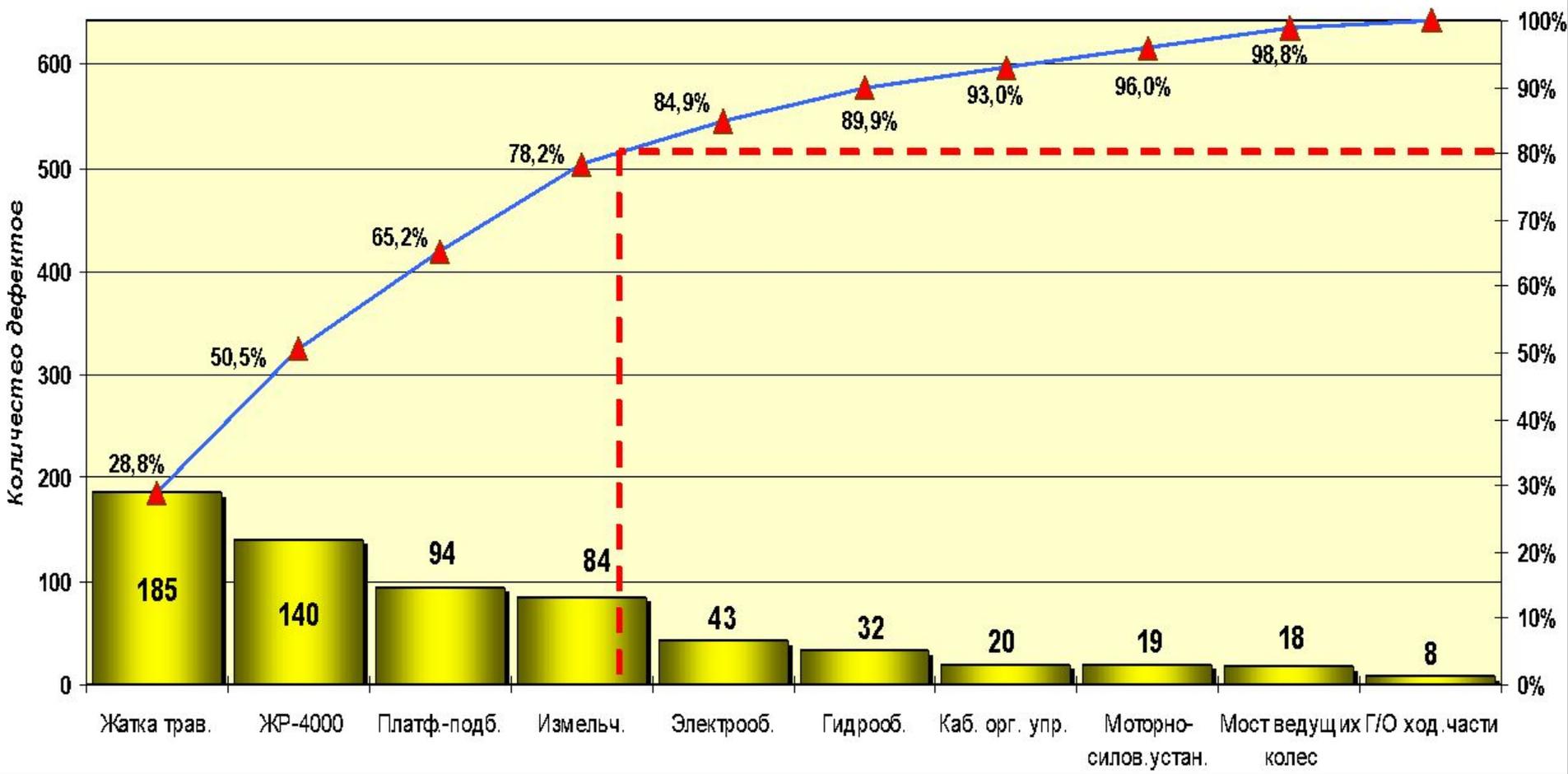


Диаграмма Парето



«Петля качества» в системе управления качеством

**Прогноз суммарного объема мирового рынка
нанотехнологий и нанопродуктов (2010-2015 г.г.)**

Наименование показателя	По оценке ННФ 2001г. к 20015г.	По оценке ННФ 2005г.		Доля всей промышленной продукции
		к 2010г.	к 2015г.	
Объем мирового рынка нанотехнологий и нанопродуктов	1 трлн. долл.	1 трлн. долл.	2,6 трлн. долл.	15%

**Структура рынка нанотехнологий по направлениям
к 2010-2015 г.г**

Направление	Доля рынка %
Нanomатериалы	30-35
Полупроводники	18-25
Устройство хранения данных	15-20
Биотехнологии	9-14
Полимеры	8-12
Электрохимия	3-5
Оптика	2-4

Оценка стоимостного объема рынка нанотехнологий к 2015г.

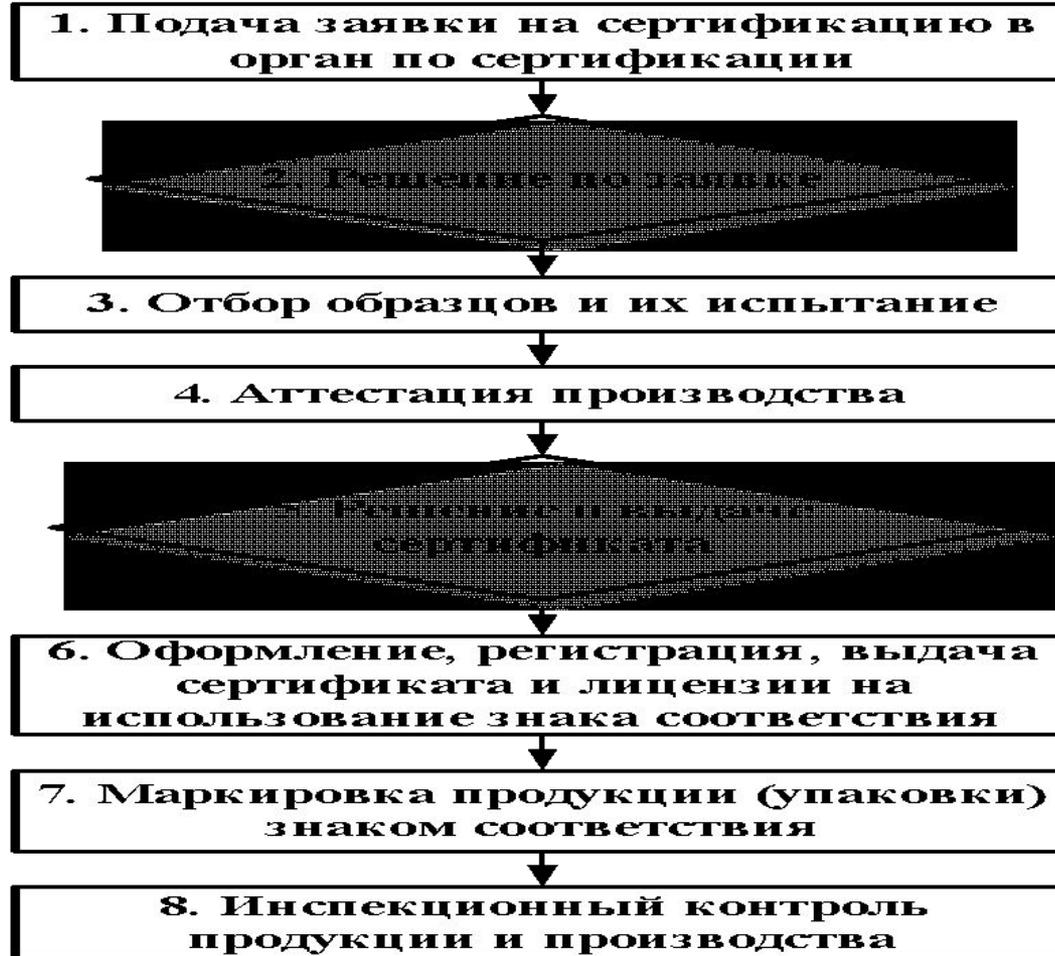
Приложения	Стоимость, млрд. долл./год
Нanomатериалы	340
Электроника	>300
Лекарственные препараты	180
Катализаторы (химическая пром.)	100
Аэрокосмические продукты	~70
Здравоохранение	20
Природосберегающие технологии	45
Наноинструменты	~27

Раздел рынка нанотехнологий по странам к 2010-2015 г.г.

Страна	Доля рынка %
США	40-45
Япония	25-30
Европа	15-20
Азия	5-10

Источник: "International Strategy for Nanotechnology Research and Development", U.S. National Science Foundation (NSF).

В системе ГОСТ Р предусмотрен следующий порядок проведения сертификации: подача заявки на сертификацию в соответствующий аккредитованный орган по сертификации однородной продукции, а в случае отсутствия такового – в Госстандарт.



Алгоритм сертификации в системе ГОСТ Р