

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ–
МОСКОВСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»
(МИТУ-МАСИ)

Гуманитарный факультет

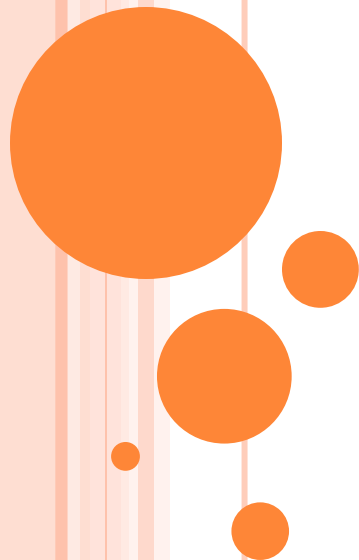
Кафедра психолого-педагогических и театральных дисциплин

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

***НА ТЕМУ: «Принятие управленческих решений в сфере
оказания услуг»***

АВТОР РАБОТЫ: АТЯСКИНА СВЕТЛАНА АНДРЕЕВНА

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:



АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- В процессе управления непрерывно возникают ситуации, когда руководители различных уровней сталкиваются с необходимостью выбора какого-либо одного из нескольких возможных вариантов действий. Выработка и принятие решения – узловая процедура в деятельности руководителя, которая определяет весь дальнейший ход процесса управления, в особенности конечный результат управленческой деятельности.
- Важнейшим резервом повышения эффективности всего общественного производства является повышение качества принимаемых управленческих решений.



СТЕПЕНЬ НАУЧНОЙ РАЗРАБОТАННОСТИ ПРОБЛЕМЫ

- Теоретической и методологической базой при написании данной работы послужили труды зарубежных и отечественных исследователей в области разработки и принятия управленческих решений, таких как: И. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, Г. Саймон, А. Стрикленд, С.Фишер, В.В. Глущенко, А.Г. Ивасенко, И.Д. Ладанов, А.Э.Саак, Л. Е. Соколова, Е.И. Бражко, Е.П.Голубков, О.С. Виханский, И.Л. Карданская, Л.И. Лукичева, Р.А. Фатхудинов, Е.Ю. Хрусталев, Л.П. Яновский и др.



- **Объектом** данного исследования является процесс разработки и реализации управленческих решений в организациях сферы услуг.
- **Предмет исследования** – эффективность управленческих решений в организациях сферы услуг.
- **Цель исследования** – разработать практические рекомендации по оптимизации процесса принятия управленческого решения на предприятиях сферы услуг.
- **Гипотеза исследования** - процесс принятия решений в рекламном агентстве «ПромоСмарт» требует оптимизации.



**В СООТВЕТСТВИИ С ПРОБЛЕМОЙ, ОБЪЕКТОМ, ПРЕДМЕТОМ И
ЦЕЛЬЮ ИССЛЕДОВАНИЯ БЫЛИ ОПРЕДЕЛЕНЫ ЗАДАЧИ
ИССЛЕДОВАНИЯ:**

- Раскрыть сущность управленческого решения и рассмотреть его классификации.
- Выявить этапы процесса принятия управленческого решения.
- Выделить методы принятия управленческих решений.
- Дать характеристику деятельности рекламного агентства «ПромоСмарт».
- Проанализировать процесс принятия управленческих решений в рекламном агентстве «ПромоСмарт».



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЫВООДЫ:

1. Мы определили, что управленческое решение – это, прежде всего творческое и волевое воздействие субъекта управления, основанное на знании объективных законов функционирования управляемой системы и анализе управленческой информации о ее состоянии, направленное на достижение поставленной цели.
2. Процесс принятия и реализации решений представляет собой последовательную смену взаимоувязанных стадий, этапов различных действий руководителя, вскрывающую технологию мыслительных действий, поисков истины и анализа заблуждений, путей движения к цели и средств её достижения.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЫВООДЫ:

Проанализировав научную информацию, мы определили, что методы принятия управленческих решений — это конкретные способы, с помощью которых может быть решена проблема.

Принято выделять две большие группы методов:

1) методы принятия управленческих решений на основе математического моделирования; 2) методы, основанные на психологических приемах работы в группах.



РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ



□ База исследования - рекламное агентство «ПромоСмарт» (г. Москва) основано 22 октября 2013 года.

Юридический адрес ООО «ПромоСмарт»: Россия, 127106, город Москва, Гостиничная улица, дом 3, офис 08.

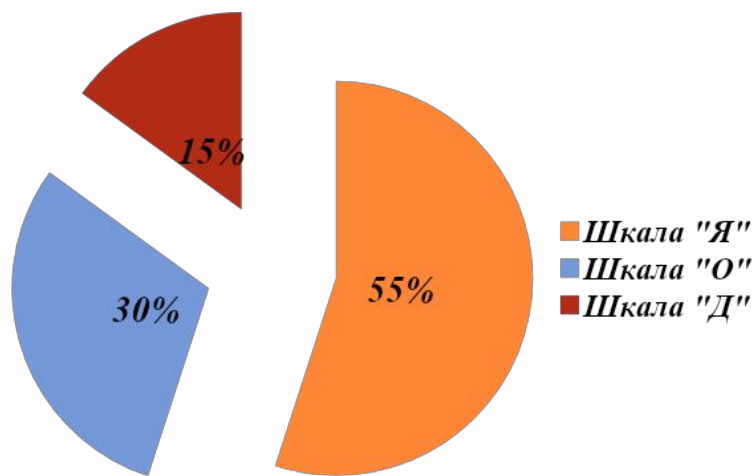


РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ

□ Мы воспользовались следующими методиками:

- интервью;
- опросник деловой направленности личности (ОДН) (Б. Басс);
 - методика исследования коммуникативных и организаторских склонностей (Синявского – Федорошина);
 - методика опросного типа «Самооценка стиля управления» (Е.П. Ильин).





Название стиля управления/Полученные данные	Авторитарный	Либеральный	Демократический
Количество баллов	8	14	6
Степень выраженности	средняя	высокая	минимальная

РЕЗУЛЬТАТЫ ДИАГНОСТИКИ ПОЗВОЛИЛИ СДЕЛАТЬ ВЫВОД О ТОМ, ЧТО ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ООО «ПРОМОСМАРТ» ТРЕБУЕТ ПРИНЯТИЯ ОПРЕДЕЛЕННЫХ МЕР ПО ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ.



ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ.

- Материалы данного исследования могут быть полезны руководителям учреждений различного типа; будущим и работающим специалистам, осуществляющим управленческую деятельность в организациях сферы услуг. Кроме того, разработанные рекомендации позволяют совершенствовать и улучшать систему принятия управленческих решений на предприятии сферы услуг.



**СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ!**