

дусмотреть два этапа, первый - проектирование структур, а второй – собственно формирование и построение.

В процесс проектирования, формирования и построения маркетинговых структур, необходимо придерживаться следующих принципов.

1. Единство целей.
2. Гибкость, мобильность и адаптивность, т. е. структура управления должна иметь возможность изменения в определенных пределах.
3. Относительная простота структуры.
4. Комплексность основных функций, заложенных в основу проектирования маркетинговых структур.
5. Структурная логика выделяемых и соподчиняемых функций.
6. Соподчиненность основных и вспомогательных функций структуры.
7. Объективная обоснованность самого существования формируемых подразделений
8. Минимальный тренд взаимодействия структур по вертикали.

<http://bseu.by/>

С.В. Сплошнов
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Финансовые результаты и перспективы развития банка, выявляемые при оценке составляющих ресурсного потенциала, не являются достаточным свидетельством эффективности (успешности) деятельности. Под качеством управления следует понимать способность банка обеспечить максимальную защищенность от рисков.

Качество управления банком является критерием соответствия его деятельности, принимаемых управленческих решений, документально подтвержденным целевым установкам, стратегиям, планам, прогнозам, и отражает степень успешности в поддержании вышеуказанных компромиссов.

В связи с этим, при анализе качества управления должна быть изучена ситуация на всех уровнях менеджмента в банке.

На уровне специалистов высокое качество управления выражается в правомерности, правильности и своевременности проведения операций с ценными бумагами, операций на денежном рынке и т.д.

На уровне функциональных подразделений качество управления выражается в адекватном отражении операций в учете, правильности учета и формирования доходов, своевременности и правомерности отнесения на счета расходов произведенных затрат, выполнении рекомендаций аудиторских проверок.

На высшем уровне управления качество управления выражается в наличии документально подтвержденных миссии, сформулированных целей банка и согласованных с ними целей операционных подразделений, продуктовых и клиентских стратегий, детализированных планов и программ развития, а также в степени соответствия результатов деятельности банка планам и программам развития бизнеса, прогнозам рыночной конъюнктуры.

В.Я. Стариков
Европейский гуманитарный университет (г. Минск)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОДГОТОВКЕ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ

Переход к рыночной экономике выдвигает в ряд первостепенных задач развития предприятия - улучшение уровня профессиональной подготовки управленческих кадров, получение новых знаний и приобретение практических навыков делового предпринимательства.

В новых хозяйственных условиях руководитель и специалист любого уровня обязаны обладать достаточной эрудицией в различных областях знаний. Замена стабильности и предсказуемости среды турбулентностью и даже непредсказуемостью потребовали совершенно по-новому взглянуть на то, какими качествами должны обладать современные менеджеры, какими приемами и методами анализа и принятия стратегических решений они должны владеть. Это в свою очередь потребовало пересмотра, как содержания, так и методов обучения, которые являются наиболее существенными в процессе подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов.

В общем виде менеджмент – это человеческие возможности, с помощью которых лидеры используют ресурсы для достижения стратегических и тактических целей предприятия.

Профиль выпускника, прошедшего курс управленческого образования, желательный для работодателя – это три группы способностей и качеств:

- наличие способностей понимать ситуацию;
- наличие определенных навыков и умений;