

УДК 338.2+658.5
ББК 65.050+65.290-2
С18

Рецензенты:

И.П. Гладилина – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры управления государственными и муниципальными закупками Московского городского университета управления Правительства Москвы им. Ю.М. Лужкова;

В.В. Горлов – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансового менеджмента Российского государственного университета нефти и газа имени И.М. Губкина.

Авторы:

М.С. Санталова – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика и управление» ЧОУ ВО «Академия управления и производства»;

А.В. Борщева – кандидат экономических наук, доцент, ректор ЧОУ ВО «Академия управления и производства»;

И.В. Соклакова – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и управление» ЧОУ ВО «Академия управления и производства»;

И.Л. Сурат – кандидат экономических наук, доцент, президент ЧОУ ВО «Академия управления и производства».

Научный редактор:

М.С. Санталова – доктор экономических наук, профессор.

Санталова, Марианна Сергеевна.

С18 Управление изменениями компаний в условиях инновационной активности бизнеса : монография / М.С. Санталова, А.В. Борщева, И.В. Соклакова, И.Л. Сурат ; под науч. ред. М.С. Санталовой ; ЧОУ ВО «Академия управления и производства». – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 218 с.

ISBN 978-5-394-05079-4.

DOI 10.29030/978-5-394-05079-4-2022.

В монографии исследуются теоретико-методологические основы управления изменениями компаний, особенности бизнес-планирования как инструмента стратегических изменений, рассматриваются изменения в сфере продаж, а также на локальном рынке фитнес-услуг.

Для научных работников, преподавателей высшей школы, бакалавров, магистрантов, аспирантов.

*Печатается по решению Ученого совета
Академии управления и производства*

© М.С. Санталова, А.В. Борщева,
И.В. Соклакова, И.Л. Сурат, 2022
© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2022

ISBN 978-5-394-05079-4

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ.....	8
1.1. Теории организационных изменений.....	8
1.2. Основные технологии управления изменениями.....	23
1.3. Модель ADKAR – Awareness, Desire, Knowledge, Ability, Reinforcement.....	32
Глава 2. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ: БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ.....	45
2.1. Бизнес-планирование как инструмент управления изменениями	45
2.2. Изменения в деятельности организации	60
Глава 3. УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ ПРОДАЖ.....	100
3.1. Понятие и классификация продаж.....	100
3.2. Особенности изменений управления продажами.....	118
3.3. Оценка системы управления продажами и ее изменений	124
Глава 4. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В КОМПАНИИ.....	155
4.1. Методические основы формирования и изменения стратегии развития организации.....	155
4.2. Исследование изменений локального рынка фитнес-услуг.....	179
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	210
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	212