

Г. ван ден Берг
П. Питерсма

КЛЮЧЕВЫЕ МОДЕЛИ МЕНЕДЖМЕНТА

**77 МОДЕЛЕЙ,
КОТОРЫЕ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ
КАЖДЫЙ МЕНЕДЖЕР**

7-е издание, электронное

Перевод с английского
В. Н. Егорова



Москва
Лаборатория знаний
2021

УДК 65.0
ББК 65.290-2
Б48

Берг ван ден, Г.

Б48 Ключевые модели менеджмента. 77 моделей, которые должен знать каждый менеджер / Г. ван ден Берг, П. Питерсма ; пер. с англ. В. Н. Егорова ; агентство «Berenschot». — 7-е изд., электрон. — М. : Лаборатория знаний, 2021. — 403 с. — Систем. требования: Adobe Reader XI ; экран 10". — Загл. с титул. экрана. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-93208-522-6

Скорее всего, вы уже слышали о бережливом подходе, SWOT-анализе и ключевых компетенциях. А что вы думаете об анализе рисков и вознаграждений, инновационном цикле и стратегическом планировании человеческого капитала? Даже если вы слышали об этих моделях, действительно ли вы знаете, что они собой представляют и как вы могли бы их применить на практике? В этом дополненном издании бестселлера «Ключевые модели менеджмента» описываются уже не 60, а 77 моделей менеджмента. По каждой ключевой модели дается руководство, когда и как этой моделью лучше всего воспользоваться, указываются степень реальной работоспособности модели, ее преимущества и недостатки. Книга содержит множество иллюстраций, помогающих понять сущность предложенных моделей.

Независимо от вашего опыта и имеющихся знаний, эта книга познакомит вас с десятками новых способов, помогающих сделать ваш бизнес лучше.

Для менеджеров среднего и высшего звена, бизнес-консультантов, а также всех тех, кто интересуется моделями менеджмента.

УДК 65.0
ББК 65.290-2

Деривативное издание на основе печатного аналога: Ключевые модели менеджмента. 77 моделей, которые должен знать каждый менеджер / Г. ван ден Берг, П. Питерсма ; пер. с англ. В. Н. Егорова ; агентство «Berenschot». — 6-е изд. — М. : Лаборатория знаний, 2019. — 400 с. : ил. — ISBN 978-5-00101-180-4.

В соответствии со ст. 1299 и 1301 ГК РФ при устранении ограничений, установленных техническими средствами защиты авторских прав, правообладатель вправе требовать от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации

- © Berenschot BV 2003, Berenschot BV 2009, 2015 (print and electronic). This translation of Key Management Models, 3rd Edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.
- © Перевод на русский язык, оформление. Лаборатория знаний, 2016

ISBN 978-5-93208-522-6

Оглавление

Об авторах	8
Выражение признательности издателя	9
Предисловие	12
Как пользоваться книгой	17
Часть I. Корпоративная и бизнес-стратегия	21
1. Матрица Ансоффа (матрица «продукция – рынки»)	22
2. Матрица BCG	30
3. Стратегический диалог	35
4. Амбициозная стратегическая цель	44
5. Стратегия голубого океана	47
6. Канва бизнес-модели	51
7. Матрица Абеля	56
8. Конкурентный анализ: пять сил Портера	59
9. Ключевые компетенции	66
10. Стратегия интернационализации	71
11. «Дорожная карта»	77
12. Сценарное планирование	83
13. Стратегические карты	88
14. SWOT-анализ	92
15. Ценностные дисциплины	98
Часть II. Компания и управление ею	105
16. Модель 7S	106
17. Сбалансированная система показателей	111
18. Бенчмаркинг	116
19. Модель роста Грейнера	122
20. Оффшоринг/аутсорсинг	128
21. Организационные конфигурации Минцберга	132
22. Анализ накладных расходов	137
23. Управление рисками	141
24. Цепочка создания ценности	145

Часть III. Финансы	151
25. Функционально-стоимостной анализ	152
26. Модель ценообразования активов	156
27. Дисконтированный поток денежных средств и чистая приведенная стоимость	160
28. Анализ DuPont	164
29. Экономическая добавленная стоимость и средневзвешенная стоимость капитала	169
30. Анализ финансовых соотношений: ликвидности, платежеспособности и показателей рентабельности	174
31. Этапы инвестирования	177
32. Теория реальных опционов	181
33. Анализ рисков и вознаграждений	186
34. Управление, осуществляемое с учетом стоимости компании	190
Часть IV. Маркетинг и продажи	195
35. Маркетинг-микс, или 4Р Котлера	196
36. Пентаграмма брендинга	201
37. Потребительская пирамида Карри	205
38. Краудсорсинг	208
39. Карта путешествия клиента	211
40. Анализ МАВА	217
41. Анализ социальных сетей	220
42. Управление отношениями с заинтересованными сторонами	224
Часть V. Операции, управление цепью поставок и снабжение	229
43. Реинжиниринг бизнес-процессов	230
44. Дом закупок и снабжения	234
45. Кайдзен/гемба	238
46. Бережливый подход/ «точно в срок»	243
47. Модель закупок Кралича	249
48. Анализ основных причин/анализ Парето	253
49. Шесть сигм	257
50. Модель совершенства Европейского фонда управления качеством	262
51. Карта потока создания ценности	267

Часть VI. Инновации, управление технологиями и е-бизнес	271
52. Диффузная модель Басса	272
53. Прорывные инновации	275
54. Цикл зрелости технологии	279
55. Инновационный цикл	283
56. Библиотека инфраструктуры информационных технологий (ITIL®)	288
57. Модель поэтапного процесса реализации	292
58. Модель стратегического соответствия информационных технологий	297
59. Моделирование корпоративной архитектуры по методике <i>Open Group</i>	301
Часть VII. Человеческие ресурсы и управление изменениями	307
60. Квадранты изменений	308
61. Модель вознаграждения	314
62. Восемь фаз изменений по Коттеру	317
63. Роли службы персонала	322
64. Механизмы мотивации	326
65. Шесть шляп мышления	334
66. Изменения, обусловленные социальным инжинирингом	338
67. Командные роли по Белбину	342
68. Цикл Деминга	347
Часть VIII. Лидерство и межкультурный менеджмент	351
69. Основание пирамиды	352
70. Модель различий CAGE	356
71. Конкурирующие ценности	359
72. Ведущие секторы	363
73. Культурные измерения по Хофстеде	367
74. Культурные измерения по Тромпенаарсу	372
75. Матрица «сфокусированность — энергичность»	378
76. Семь навыков высокоэффективных людей	383
77. Ситуационное лидерство	388
Приложение. Матрица моделей	392