

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

С.Г. Борисова, Е.В. Никульчев, С.А. Курашова

**Задачи управления СМИ
на макро- и микроуровне:
использование инновационных
инструментов стратегического
менеджмента**

Монография

Москва
2012

УДК 005.1:07
ББК 65.290-2
Б 82

Р е ц е н з е н т ы:

С.Н. Яковлева, кандидат экономических наук, доцент,
Заслуженный работник высшей школы;
В.А. Богомоллова, доктор экономических наук, профессор
кафедры «Управление бизнес-процессами в медиаиндустрии»

Борисова С.Г.

Б 82
Задачи управления СМИ на макро- и микроуровне: использование инновационных инструментов стратегического менеджмента : монография / С.Г. Борисова, Е.В. Никульчев, С.А. Курашова; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 110 с.

ISBN 978-5-8122-1176-9

Монография является актуальной научной работой, в которой разработан стратегический инструментарий создания ценности издательского предложения, позволяющий реконструировать рыночное пространство издательства в инновационном направлении.

Построена стратегическая канва потребительской ценности, что позволило сконструировать инновационный профиль издательского рынка и разработать ключевые показатели инновационной деятельности издательства. Построена стратегическая карта целей на основе сбалансированной системы показателей и стратегии «голубого» океана.

Модифицирована и адаптирована к инновационной деятельности издательства методика экономического обоснования REJ (Rapid Economic Justification) для оценки эффективности IT-проектов. Разработана и интерпретирована оригинальная схема выбора варианта работы издательства с новым автором.

Монография предназначена для научных работников, экономистов-менеджеров, других специалистов полиграфии, а также для аспирантов и студентов.

Печатается в авторской редакции.

УДК 005.1:07
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-8122-1176-9

- © Борисова С.Г.,
Никульчев Е.В.,
Курашова С.А., 2012
- © Московский государственный
университет печати
имени Ивана Федорова, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. О целесообразности приватизации государственных средств массовой информации.....	6
Глава 2. Определение тенденций развития организаций в условиях инновационной экономики	24
Глава 3. Теоретические основы и инструменты стратегического менеджмента.....	44
Глава 4. Определение стратегического вектора развития издательств на инновационной основе	61
Глава 5. Инновационный подход к управлению ассортиментной политикой издательств	72
Заключение	98
Библиографический список.....	101

ВВЕДЕНИЕ

В условиях усложняющихся экономических отношений и перехода современных организаций на инновационный путь развития перед ними встают проблемы принятия эффективных управленческих решений в стратегической перспективе.

Направлением совершенствования деятельности издательств становятся инновации и инновационные подходы к управлению, имеющие отраслевые особенности. Менеджмент в настоящее время целесообразно рассматривать с учетом инновационной стратегической перспективы, поскольку стратегический менеджмент является важнейшим фактором в конкурентной борьбе, позволяя принимать эффективные управленческие решения.

В условиях неопределенности и нестабильности внешней среды, высокой зависимости от потребителя, изменения качества спроса в рамках инновационного управления необходимо применять стратегические инструменты менеджмента для того, чтобы достичь целевых показателей работы и получить экономический результат.

При этом необходимо учитывать, что основой для поиска стратегического инструментария и его адаптации для деятельности издательств является использование не только отечественного, но и зарубежного опыта управления.

В настоящее время некоторые организации отрасли имеют собственные разработки в области стратегического менеджмента, однако они носят внутрифирменный характер и основываются главным образом на личном опыте конкретных менеджеров. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию работы издательств на основе инновационных методов управления на стратегической основе является важной задачей для экономики организаций отрасли.

Несмотря на то, что многие авторы уделили большое внимание механизмам, методологии, методам и инструментам стратегиче-