

ГЛОССАРИЙ

№ п/п	Новое понятие	Содержание
1	2	3
1	Консалтинг	консультирование производителей, продавцов и покупателей по широкому кругу вопросов экономики, финансов, внешнеэкономических связей, создания и регистрации фирм, исследования и прогнозирования рынка товаров и услуг, инноваций
2	Управленческое консультирование как метод	любая форма оказания помощи в отношении содержания, процесса или структуры задачи (серии задач), при которой консультант сам не отвечает за выполнение задачи, но помогает ответственным за это
3	Управленческое консультирование как профессиональная служба	консультативная служба, работающая по контракту и оказывающая услуги организациям с помощью специально обученных и квалифицированных лиц, которые помогают организации-заказчику выявить управленческие проблемы, проанализировать их, дают рекомендации по решению этих проблем и содействуют, при необходимости, их выполнению
4	Консультант по управлению	профессиональный высококвалифицированный советчик, обладающий глубокими знаниями, навыками и опытом в области решения проблем функционирования организации в целом или ее отдельных частей, умеющий эффективно использовать их при анализе и решении практических задач в конкретной организации и при передаче опыта
5	Профессиональный консультант по управлению	специалист, который рассматривает управленческое консультирование как профессию, стремится к самосовершенствованию в процессе управления и управленческого консультирования и следует этическому кодексу профессиональной организации в данной сфере деятельности

6	Фирмы по управленческому консультированию с полным набором услуг	многофункциональные консалтинговые организации, насчитывающие в своем составе несколько сотен профессионалов, имеющих дело с различными клиентами и проблемами
7	Мелкие и средние консультантские фирмы	организации, в которых работают до 50–100 консультантов, занимаются общим управленческим консультированием мелких и средних фирм в ограниченном географическом регионе, специальным управленческим консультированием в определенных технических областях, строго специализированной деятельностью в конкретных отраслях промышленности или сфере услуг
8	Фредерик У. Тейлор	пионер научного управления, значительно развивший консультирование, читал лекции, проводил исследования, выступал как профессиональный консультант по вопросам управления
9	Эдвин Буз	основатель первой консультантской фирмы современного типа под названием “Служба деловых исследований” (1914 г., Чикаго)
10	Внутренний консультант	специалист, который входит в состав консультируемой организации и оказывает помощь руководителям в пределах данной организации
11	Внешний консультант	специалист в какой-либо области, получивший подготовку по управленческому консультированию и не входящий в состав консультируемой организации
12	Анализ документации	метод сбора информации, основанный на анализе нормативных материалов по совершенствованию управления, бухгалтерской и плановой документации, планов развития
13	Экспертные оценки	группа методов сбора информации, представляющих собой количественные и качественные (обычно в баллах или порядковых номерах, рейтингах) оценки процессов и явлений, экономических величин, показателей, полученных на основе суждений экспертов
14	Метод анализа проблем	заключается в выявлении причин возникновения проблемы, места, времени, интенсивности проявления

1	2	3
15	Методы анализа взаимного влияния	группа методов, имеющих целью выяснение взаимовлияний между изучаемыми факторами и событиями, а также величины этого влияния (анализ входа-выхода, корреляционный и регрессионный анализ и др.)
16	Метод графа проблем	один из методов определения приоритетов проблем, состоящий в построении матрицы проблем, позволяющей руководителям, используя экспертные оценки, определять причинно-следственные связи между проблемами
17	Метод дерева целей	один из методов определения приоритетов проблем, состоящий в расчленении целей системы более высокого порядка на цели системы более низкого порядка
18	Метод устранения узких мест	один из методов разработки решений, используемый при необходимости получить удовлетворительное решение и направленный на устранение или уменьшение влияния данного узкого места на производственный процесс
19	Концепция идеальной системы	метод разработки решений, состоящий в том, что в основу проектирования берется идеальная система (положение), которая рассматривается на разных уровнях
20	“Позиционная пропаганда”	тактика консультанта, основанная на воздействии на клиента с целью выбора им определенных товаров или принятия определенных ценностей
21	“Методологическая пропаганда”	тактика консультанта, при которой он старается стимулировать клиента к активному решению проблемы и использованию определенных методов, не пропагандируя при этом какое-либо определенное решение

22	“Помощник в решении проблем”	роль консультанта, подразумевающая синергический (совместный) подход к сотрудничеству с клиентом и дополнению его действий в процессах восприятия, познания и выработки мероприятий, необходимых для решения проблемы
23	“Специалист по процессам”	роль консультанта, при которой он концентрируется в основном на межличностной и межгрупповой динамике, влияющей на процесс решения проблемы и изменений
24	Инструктор или преподаватель	роль консультанта, при которой он организует периодический или постоянный инструктаж или обучение в пределах “системы клиента”
25	“Система клиента”	комплексное рассмотрение организации-клиента с составлением карты сети взаимоотношений в организации, в которой консультант должен работать
26	Рефлексия	роль консультанта, основанная на стимулировании клиента к принятию решений, наводя его на размышления постановкой вопросов, которые могут помочь прояснить или изменить ситуацию
27	“Размораживание”	стадия процесса изменений, для которой характерно ослабление существующих зависимостей, связей и отношений, отличается неудовлетворенностью существующим положением, изменением имеющихся потребностей людей и актуализацией новых
28	“Изменение”, или движение к переменам	центральная стадия процесса изменений, когда и руководство, и служащие начинают использовать на практике новые отношения, методы и формы поведения
29	“Идентификация”	элемент стадии “изменение”, когда люди испытывают предложенные изменения, руководствуясь определенными мотивами
30	“Усвоение”	элемент стадии “изменение”, когда отдельные лица переводят общие цели и принципы изменений в специфические личные цели и нормы
31	“Замораживание”	заключительная стадия процесса изменений, на которой в организации происходит закрепление новых видов и направлений деятельности

1	2	3
32	Проблемное совещание	совещание, проводимое для уточнения и утверждения программы внедрения решений, а также для оценки промежуточных и конечных результатов процесса внедрения
33	Приспособительные, или реактивные изменения	изменения, которые организация не планировала, а их осуществление является реакцией на события и тенденции, могущие быть угрожающими или, напротив, дающими неожиданные новые возможности
34	Планируемая перестройка	изменения, которым предшествует соответствующая подготовка, что позволяет свести к минимуму число ситуаций, когда приходится поспешно принимать решения, ставить и достигать сложные цели развития
35	Навязанные изменения	перемены, исходящие от лица, обладающего властью, адресованные зависимым людям, отражающие культуру, образование, наличие информации, альтернатив и других факторов
36	Изменения с участием работников организации	процесс, позволяющий руководству использовать опыт и творческие силы людей
37	Изменения с использованием переговоров	изменения, требующие переговоров между руководством и профсоюзами, они определены законом, коллективным договором или же иным соглашением, официальным или неофициальным
38	Оптимизация оргструктуры предприятия	задача маркетингового консультирования, заключающаяся в приведении структуры предприятия, его взаимодействий с рынком и внутренних взаимодействий в состояние, способствующее максимально эффективному достижению целей предприятия в рамках принятых стратегий

39	Ревизия маркетинга	комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды фирмы (или организационной единицы), ее задач, стратегий и оперативной деятельности с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей и выдачи рекомендаций относительно плана действий по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы
40	Стратегия предприятия в маркетинговом консультировании	комплекс политических установок предприятия и перспективных программ действий, в рамках которых планируется достижение цели