Степанова Галина Николаевна

Бирюков Владимир Александрович

Борисова Светлана Григорьевна

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ МЕДИАБИЗНЕСА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Монография

МИР НАУКИ
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва
2019

УДК 338:655
ББК 65
С 794

Рецензент(ы): Новиков Олег Алексеевич – доктор экономических наук, профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ).

Чванов Роберт Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы общественного сектора» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Степанова, Галина Николаевна
Бирюков, Владимир Александрович
Борисова, Светлана Григорьевна
С 794 Стратегическое конструирование медиабизнеса: теоретические и методологические аспекты. Монография – М.: Мир науки, 2019. – Сетевое издание. Режим доступа: https://izd-mn.com/PDF/25MNNPM19.pdf – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-6042807-6-8

Монография представляет собой актуальное видение процесса стратегического управления медиаорганизацией как адекватной реакции менеджмента на изменения сложной, неопределенной и нестабильной внешней среды. Практическую значимость имеют современные подходы к организации системы стратегического управления, что помогает освоить технологию конструирования моделей стратегического поведения медиаорганизации на рынке.

Монография предназначена для научных работников, специалистов медиаиндустрии, а также для студентов и аспирантов.

ISBN 978-5-6042807-6-8

© Степанова Галина Николаевна
© Бирюков Владимир Александрович
© Борисова Светлана Григорьевна
© ООО Издательство «Мир науки», 2019

Сведения об авторах

Галина Николаевна Степанова – директор Института коммуникаций и медиабизнеса, зав. кафедрой «Экономика и менеджмент медиабизнеса» Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политеха, доктор экономических наук, профессор. Является автором и соавтором около 200 учебных изданий и научных трудов, в том числе 12 учебных пособий, 25 монографий, 45 статей в рецензируемых журналах ВАК. Под ее руководством успешно защищены 13 диссертаций на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Имеет звание «Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации».

Владимир Александрович Бирюков – доцент кафедры «Экономика и менеджмент медиабизнеса» Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политеха, кандидат экономических наук, доцент. Является автором и соавтором более 220 учебных изданий и научных трудов общим объемом 520 п.л., в том числе 7 учебников, имеющих Гриф Министерства образования и науки Российской Федерации; 20 монографий; 62 статей в рецензируемых журналах ВАК. Лауреат II Всероссийского конкурса на лучшую научную и учебную публикацию «АКАДЕМУС» в номинации «Экономика и управление», проводимого ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М».

Светлана Григорьевна Борисова – профессор кафедры «Экономика и менеджмент медиабизнеса» Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политеха, доктор экономических наук, профессор. Автор и соавтор более 130-ти научных и методических работ. Имеет почетное звание «Заслуженный экономист РФ». В 2015 г. стала лауреатом национальной премии «Медиаменеджер России» в номинации «За эффективный финансовый менеджмент и инновационное развитие медиаактивов». За заслуги в развитии средств массовой информации и многолетнюю плодотворную деятельность объявлена благодарность Президента РФ.

Оглавление

Введение 5

1. Инновации – основа эволюционного развития 6

2. Научные школы стратегического менеджмента 21

3. Научно-методологические подходы к стратегическому управлению организацией 27

4. Особенности стратегических процессов в XXI веке 34

5. Дефиниция понятия «Стратегия» 47

6. Конкурентные преимущества современной организации 56

7. Конвергенция стратегического менеджмента и маркетинга 64

8. Долгосрочные и краткосрочные аспекты стратегического менеджмента .. 82

9. Динамический потенциал – основа стратегического развития медиаорганизации 88

10. Лидерство – эффективный инструмент формирования креативной команды 99

Заключение 107

Библиографический список 108

Приложение 1 Объективная необходимость и причинная обусловленность стратегического менеджмента 114

Приложение 2 Эволюция концепций маркетинга 120

Введение

Тенденции развития экономики XXI века отличаются инновационностью, гиперконкуренцией, конвергенцией менеджмента и маркетинга, внедрением в бизнес новых информационных технологий, изменением потребительского спроса, ограниченностью ресурсов, определяющей ролью качества продукции, интеграционными процессами.

Переход от модели экономического роста, сложившейся в промышленную эпоху, к качественно новой модели экономического развития, адекватной требованиям постиндустриального общества, представляет собой объективный процесс, продиктованный законами эволюционной теории. Отличительная особенность современного постиндустриального периода развития экономики, прогнозируемого концепцией инновационной цикличности, заключается в масштабной реализации научных, технических, технологических и социальных инноваций, обусловивших название экономической модели этого периода – «инновационная экономика».

В результате кардинальных экономических преобразований сформировались принципиально новые условия хозяйствования, требующие от участников высокой деловой активности, грамотно выстроенного рыночного поведения и адаптационных подходов к внешней среде. Для своевременной и эффективной ответной реакции предприятия (организации) на турбулентный характер наукоемких рынков необходимо стратегическое предвидение и новейший арсенал управленческих инструментов. На фоне технологических изменений и институциональных трансформаций традиционные бизнес-модели устаревают. В результате ведущие компании должны кардинально пересматривать свои корпоративные стратегии и структуры, формировать новые бизнес-платформы, медиа-корпорации.

Новое видение процесса управления как своевременной и адекватной реакции организаций на стратегические неожиданности диктует необходимость создания новой парадигмы управления как продукта синтеза стратегического и синергетического менеджмента и теории адаптивности неравновесных систем в условиях гиперконкуренции мирового рынка.

Особое значение приобретает проблема выявления предпосылок и факторов, приближающих предприятие (организация) к адекватному поведению в рыночном пространстве. Трудность решения этой задачи связана с протекающим сегодня экономическим и финансовым кризисом, ставящим задачу формирования стратегии развития организации в ряд основных задач организации.

Заключение

Современная трактовка стратегического управления заключается в разработке концептуальной системы управления организацией, соответствующей современным и перспективным тенденциям инновационной социально-ориентированной постиндустриальной экономики.

Постиндустриальный период развития экономики прогнозируется концепцией инновационной цикличности и заключается в масштабной реализации научных, технических, технологических и социальных инноваций, обусловивших название экономической модели этого периода – «инновационная экономика».

В основу теоретической составляющей стратегического управления должна быть положена ресурсная концепция в ее динамическом проявлении, новая парадигма социально-стратегической мотивации бизнеса.

В качестве базовой методологии в современном управлении организациями укрепляются тенденции системного, синергетического, эволюционно-стратегического подходов, реализующих парадигму социально-ориентированного инновационного управления.

Система стратегического управления современной медиаорганизацией должна иметь следующие основные характеристики:

– обновленной методологией, базирующейся на основополагающих концепциях теории систем, кибернетики, синергетики;

– расширенной функциональной системой с введением наукоразвивающих, ресурсно-регулирующих, социальных функций;

– механизмом ключевых компетенций, предусматривающим эффективное использование интеллектуального потенциала организации;

– синтезом ресурсного и маркетингового подходов;

– определением стратегического потенциала организации как фундаментальной основы экономической устойчивости и стратегии развития организации;

– функционированием современных организаций как многомерных структур, обеспечивающих получение синергетического эффекта;

– провозглашением межсетевых взаимодействий и стратегических альянсов как объективной закономерности современной экономики, позволяющей использовать потенциал интегрированного взаимодействия;

– максимальным использованием новейших технических средств – электронных, телекоммуникационных, информационных технологий, значительно повышающих качество стратегических управленческих решений.

Библиографический список

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление; пер. с англ. СПб.: Питер, 2002. 544 с.

2. Анисимов О.С. Мышление стратега: Стратегическое управление в схемах. Выпуск 7. Сост. В.Н. Верхоглазенко. М., 2009. 421 с.

3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. С.Пб.: Питер, 2009. 416 с.

4. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. СПб.: 2009. 344 с.

5. Антипов К.В. и др. Разработка стратегии развития организаций медиаиндустрии на основе цифровой инфраструктуры бизнеса: монография / К.В. Антипов, Г.Н. Степанова, А.Н. Шеремет, Г.М. Авраменко, В.А. Бирюков, Н.А. Григорян, А.А. Плигузов. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 432 с.

6. Антипов К.В., Резникова Р.А., Фирсов А.В. Формирование медиакомпетентности в условиях информационно-цифровой коммуникационной среды // Нормирование и оплата труда в промышленности. 2015. № 11–12. с. 37–43.

7. Антипов К.В., Степанова Г.Н., Катанаева М.А. Построение системы управления знаниями в условиях информационного кризиса XXI века // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2016. № 6. С.. 115–123.

8. Антипов К.В., Степанова Г.Н., Резникова Р.А. Формирование динамического потенциала медиаорганизации в контексте ресурсной концепции фирмы // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2016. № 1. с. 92–100.

9. Бирюков В.А., Борисова С.Г, Никандрова Л.К, Кожин К.Ю. Планетарное информационное общество и средства массовой информации: монография. М: Буки Веди, 2015. 320 с.

10. Борисова С.Г., Никульчев Е.В., Курашова С.А. Задачи управления СМИ на макро- и микроуровне: использование инновационных инструментов стратегического менеджмента: монография. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 110 с.

11. Боумен К. Основы стратегического менеджмента; пер. с англ. / К. Боумен; под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М: ЮНИТИ, 2010. 234 с.

12. Бурлачков В.К. Турбулентность экономических процессов: теоретические аспекты // Вопросы экономики. 2009. № 11. с. 90-97.

13. Вернерфельт Б. Ресурсная трактовка фирмы // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2006. Сер. 8. Вып. 1. с. 103–117.

14. Верхоглазенко В.Н. Критериальное управление развитием компании: монография. М.: ИНФОРА-М, 2012. 206 с.

15. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания; пер. с англ. / Х. Виссема, В.Е. Щербакова. М.: Изд-во «Финпресс», 2000. 272 с.

16. Виханский О.В. Стратегическое управление. М.: Экономистъ, 2008. 296 с.

17. Виханский О.С., Никитский Н.Г. и др. Стратегическое управление предприятием: российская практика. – М.: Изд-во «Инфра-М», 2009. 234 с.

18. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. М.: Форум, 2010. 256 с.

19. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: Учебник. – М.: Омега-Л, 2011. – 464 с.

20. Герчикова И.Н. Стратегическое планирование: Учебник для студентов экономических вузов. М.: «ЮНИТИ «Банки и биржи», 2009. 645 с.

21. Грант Р. Современный стратегический анализ. Курс MBA по стратегическому менеджменту; пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. СПб: Питер, 2011. 560 с.

22. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. М.: ЗАО «Бизнес-щкола Интел-Синтез», 2001, 240 с.

23. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятия. СПб: Изд-во «УЭФ», изд. 3-е, перераб. и допол., 2010. 143 с.

24. Дэй Дж.С. Организация, ориентированная на рынок. Как понять, привлечь и удержать ценных клиентов. М.: Эксмо, 2008. 304 с.

25. Деловое планирование: методы, практика: учебное пособие; под ред. В.М. Попова. М: Изд-во «Финансы и статистика», 2010. 266 с.

26. Доктор К. Ньюсономика: Двенадцать трендов, которые изменят новости ер. с англ. А. Багаева. М.: Время, 2013. 352 с.

27. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2007. 286 с.

28. Ефремов В.С., Ханыков И.А. Развитие компании на основе использования ключевых компетенций // Менеджмент в России и за рубежом, 2003. № 5. с. 26–37.

29. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. 432 с.

30. Зуб А.Т., Локтионов М.В. Стратегический менеджмент: Системный подход. М.: Генезис, 2011. 500 с.

31. Иноземцев В. Переосмысливая грядущее. Крупнейшие американские ученые о современном развитии // Мировая экономика и международные отношения. 1998. № 11. С. 16.

32. Кантер Р. Рубежи менеджмента (книга о современной культуре управления); пер. с англ. М.: ЗАО Я», Олимп-Бизнес», 1999. С. 4–170.

33. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура; пер. с англ. Под научн. ред. проф. О.И. Шкаратана. М.: Изд-во ГУ – Высшей школы экономики, 2000, с. 5–165.

34. Катанаева М.А., Степанова Г.Н. Организационная инноватика: стратегическая эквифинальность развития медиаорганизаций // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2016. № 2. с. 127–135.

35. Келли Т. Креативная уверенность. Как высвободить и реализовать свои творческие силы / Т. Келли, Д. Келли. – М.: Азбука, 2015. – 288 с.

36. Ким У.Ч., Моборн Р. Стратегия «голубого океана»; пер. с англ. М.: HIPPO, 2005. 272 с.

37. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. М.: Академическая проспект, 2005. 448 с.

38. Клейнер Г.Б. Ресурсная теория системной организации экономики // Российский журнал менеджмента. 2011. № 3. С. 3–28.

39. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. М.: Изд-во «Дело», 2008. 568 с. Масленникова Н.П. Управление развитием организации. М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. 304 с.

40. Князева Е.Н. Основания синергетики: Человек, конструирующий себя и свое будущее. Изд. 3-е / Е.Н. Князева, С.П. Курдюмов. М.: КомКнига, 2010. 232 с.

41. Коллиз Д.Дж., Монтгомери С.А. Конкуренция на основе ресурсов: стратегия в 1990-е // Вестник СПбГУ. Сер. 8, 2003 . Вып. 4 (№ 32). С. 186–205.

42. Кондрашова В.К., Белоусова Н.М., Бирюков В.А., Мышленник Г.В., Тира Е.В., Фирсов А.В. Инновационное развитие России в XXI веке (мир инноваций: проблемы и решения). М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2013. 210 с.

43. Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Новое издательство, 2007. С. 3–81.

44. Кузнецов Б.Л. Синергетический менеджмент в машиностроении. Наб. Челны: Изд-во Камского госуд. политех. ин-та, 2002. 439 с.

45. Маевский В. И. Введение в эволюционную макроэкономику / В. И. Маевский. М.: Япония сегодня, 2012. 108 с.

46. Масленникова Н.П. Управление развитием организации. М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. 304 с.

47. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб. 2000. 500 с.

48. Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. СП6.: Питер, 2000. 688 с.

49. Минцберг Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации. СПб: Питер, 2001. 512 с.

50. Нельсон Р.Р., Уинтер С.Дж. Эволюционная теория экономических изменений. М: Дело, 2012. 536 с.

51. Нуреев Р. Теории развития: новые модели экономического роста (неоклассические модели и их леворадикальная критика) // Вопросы экономики. 2014. № 7. – С. 141–156.

52. Основы медиабизнеса; под ред. Е.Л. Вартановой. М.: ЗАО «Изд-во «Аспект Пресс», 2014. 400 с.

53. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. (Опыт лучших компаний); пер. с англ. 1986. 424 с.

54. Прахалад К.К., Рамасвами В. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями; пер. с англ. М.: Олимп-бизнес. 2006. С. 5–259.

55. Сенге П.М. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации; пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. 448 с.

56. Синергетика: Будущее мира и России; под ред. И. Малинецкого. М.: Издв0о ЛГИ. 2008. 384 с.

57. Степанова Г.Н. Разработка системы инновационного управления организациями (на примере полиграфической деятельности): монография. М., МГУП, 2009. 274 с.

58. Степанова Г.Н. Стратегические бизнес-системы и новое координатное пространство медиакомпаний // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2014. № 6. С. 137–145.

59. Степанова Г.Н. Стратегия развития полиграфических предприятий (концептуальные и методологические аспекты): монография. М., МГУП, 2004. 336 с.

60. Степанова Г.Н. Управление человеческим капиталом в инновационной экономике: монография. М., МГУП, 2009. 274 с.

61. Степанова Г.Н. и др. Коммуникационная политика как фактор развития организации медиаиндустрии в информационно-сетевой экономике: монография / Г.Н. Степанова, С.Г. Борисова, Г.М. Авраменко, В.А. Бирюков, А.В. Куриленко, А.В. Тира, С.А. Шаламков. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 142 с.

62. Степанова Г.Н. др. Корпоративное управление и трансформационные процессы в бизнесе: монография / Г.Н. Степанова, И.И. Исаченко, Д.С. Березовский, А.В. Веригина, И.М. Машинская. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 164 с.

63. Степанова Г.Н. и др. Кросс-медийная конвергентная стратегия развития медиаиндустрии в условиях информационно-сетевой экономики XXI века: монография / Г.Н. Степанова, Г.М. Авраменко, В.А. Бирюков, Н.А. Григорян, А.А. Плигузов. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 215 с.

64. Степанова Г.Н. и др. Стратегическое управление организацией на основе бизнес-единиц: монография / Г.Н. Степанова, М.А. Аржанов, О.Г. Исаева, А.Ю. Поляков. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2011. 116 с.

65. Степанова Г.Н. и др. Формирование медиакомпетентности личности в условиях развития отечественной медиакультуры: монография / Г.Н. Степанова, О.В. Дмитриева, В.К. Кондрашова, Р.А. Резникова, А.В. Фирсов. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2014. 122 с.

66. Степанова Г.Н., Аржанов М.А., Макарон В.Л., Шиханов О.С. Концептуальные основы конвергенции менеджмента и маркетинга: монография. М., МГУП, 2005. 194 с.

67. Степанова Г.Н., Бирюков В.А. Особенности управления медиахолдингами как кросс-мединими платформами, встроенными в планетарное информационное пространство // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издтельского дела. 2013. № 1. С. 137–145.

68. Степанова Г.Н., Мастерова Е.Ю. Интеллектуальная организация: принципы построения и функционирования в экономике знаний XXI века // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2011. № 5. с. 181–191.

69. Степанова Г.Н., Мастерова Е.Ю., Карчава И.Т. Построение интеллектуальной организации в экономике знаний: монография. М: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. 152 с.

70. Степанова Г.Н., Хмелевский Г.К. Стратегические альянсы как эффективная модель конкурентоспособности отечественной экономики на микроуровне // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2010. № 2. С. 214–227.

71. Степанова Г.Н., Шаронин П.Н. Технология разработки стратегии развития организации в условиях цифровизации медиа // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2015. № 5. С. 141–151.

72. Степанова Г.Н., Шаронин П.Н. Формирование интеграционных структур на основе кластерного подхода к управлению // Известия высших

учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2015. № 4. С. 142–149.

73. Томпсон А.А. Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации. 12-е изд.; пер. с англ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. 928 с.

74. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века. М: ООО «Издательство АСТ», 2001. С. 10–522.

75. Тоффлер, Э. Третья волна. М.: АСТ, 2010. 795 с.

76. Тоффлер Э. Шок будущего. М: АСТ. 2001. С. 11–207.

77. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2011. 418 с.

78. Фаэй Л., Рэнделл Р. Курс MBA по стратегическому менеджменту; пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2002. 608 с.

79. Хакен Г. Синергетика. М.: Мир, 1980. 452 с.

80. Хэмел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. М., 2002. 275 с.

81. Эволюционная теория, теория самовоспроизводства и экономическое развитие: Материалы 7-го Международного симпозиума по эволюционной экономике. 14–15 сентября 2007 г.; отв. Ред. В.И. Маевский, С. Г. Кирдина. М.: Институт экономики РАН, 2008. 418 с.

87. Stacey R.D. Strategic Management and Organizational Dynamic, Pitman Publishing, London, 1993.

88. Teece D., Pisano G., Shuen A. Dynamic Capabilities and Strategic Management // Strategic Management Journal. 1997. Vol. 18. №. 7. p. 509–533.

Степанова Галина Николаевна

Бирюков Владимир Александрович

Борисова Светлана Григорьевна

Стратегическое конструирование медиабизнеса: теоретические и методологические аспекты

Монография издана в авторской редакции

Сетевое издание

Главный редактор – Кирсанов К.А.

Вёрстка – Павлов А.А.

Ответственный за выпуск - Алимова Н.К.

Научное издание

Системные требования:
операционная система Windows XP или новее, macOS 10.12 или новее, Linux.
Программное обеспечение для чтения файлов PDF.

Объем данных 1,41 Мб

Принято к публикации «02» сентября 2019 года

Режим доступа: https://izd-mn.com/PDF/25MNNPM19.pdf свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

ООО «Издательство «Мир науки»

«Publishing company «World of science», LLC

Адрес:

Юридический адрес — 127055, г. Москва, пер. Порядковый, д. 21, офис 401.

Почтовый адрес — 127055, г. Москва, пер. Порядковый, д. 21, офис 401.

https://izd-mn.com/

ДАННОЕ ИЗДАНИЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНО ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ НА ЭЛЕКТРОННЫХ НОСИТЕЛЯХ