

НАУЧНЫЕ



ИЗДАНИЯ

М.С. Санталова, А.В. Борщева,  
И.В. Соклакова, И.Л. Сурат

---

**УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ  
КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ  
ИННОВАЦИОННОЙ  
АКТИВНОСТИ БИЗНЕСА**

МОНОГРАФИЯ



# ОГЛАВЛЕНИЕ

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