

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	6
1.1. Сравнительный анализ подходов к управлению организациями.....	6
1.2. Роль процессного подхода в развитии бизнес-процессов организаций.....	20
1.3. Условия развития бизнес-процессов в организациях.....	39
Глава 2. УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ).....	50
2.1. Основные тенденции развития пищевой промышленности.....	50
2.2. Особенности процессного подхода в управлении предприятиями пищевой промышленности.....	60
2.3. Организационный механизм развития бизнес-процессов и его применение в пищевой промышленности.....	68
Глава 3. ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	81
3.1. Принципы формирования организационного механизма развития бизнес-процессов пищевых организаций.....	81
3.2. Разработка показателей эффективности организационного механизма развития бизнес-процессов организаций.....	95
3.3. Алгоритм мониторинга функционирования организационного механизма развития бизнес-процессов в организациях пищевой промышленности.....	106
Глава 4. ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РЫНКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ.....	114
4.1. Развитие рекламного бизнеса в России.....	114
4.2. Направления развития рынка рекламных услуг.....	117
4.3. Организационный механизм развития бизнес-процессов на рынке рекламных услуг.....	120
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	128
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	129
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	138