**Тема 7. Традиційні і сучасні методи управління змінами (практичне заняття 8-9)**

**Обговорення теоретичних питань**

Традиційні методи управління змінами.

Методи, орієнтовані на культуру та людей.

Методи, орієнтовані на завдання та технології.

Методи, орієнтовані на структуру та стратегію.

Сучасні методи управління змінами.

Аутсорсинг: сутність поняття за різними науковими підходами. Види та форми аутсорсингу. Етапи ухвалення рішення про застосування аутсорсингу. Аутсорсингова угода. Показники оцінки ефективності аутсорсингу. Аутстафінг.

 Бенчмаркінг: сутність поняття та особливості його використання в управлінні змінами. Основні етапи процесу бенчмаркінгу на підприємстві.

Даунсайзинг.

Тотальне управління якістю. Цикл PDCA.

***Ситуаційна вправа:* «*Покращення процесу продажу за допомогою ІТ?»***

Ми найняли Романа в січні. Він був динамічним продавцем і, як передбачалося, повинен був підвищити нашу здатність приваблювати головних клієнтів. Роман в своїй старій компанії використав одну чудову ІТ-систему і запросив нас на презентацію її можливостей.

Система дозволяла продавцям обмінюватися інформацією про клієнтів і контакти. Він сказав, що це допомагає планувати продажі і співпрацювати один з одним, більш творчо підходити до роботи з нинішніми і потенційними клієнтами. Нам сподобалося.

Ми купили систему в червні. Вона опинилася простою у використанні і вигідною для всіх, так що проблем не повинно було виникнути. Через два місяці лише Роман і ще два продавці застосовували і регулярно оновлювали цю систему. З дванадцяти осіб — лише троє... Люди просто не звикли обмінюватися інформацією таким чином, і, оскільки нас як і раніше оцінювали за індивідуальними справами, ніхто не хотів допомагати іншим, розкриваючи свої контакти.

Джордж дуже стурбувався і в листопаді перейшов на іншу роботу.

*Дайте відповіді на питання:*

1. Чому не спрацювали зміни на основі ІТ?
2. Як треба діяти, щоб ці зміни запрацювали?

**Практичне завдання**: використовуючи бенчмаркінг, дослідити сучасні практики здійснення діяльності з метою формування пропозиції для досліджуваного підприємства