

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ НА Д-Р МИЛЕНА ФИЛИПОВА

на публикациите след защитата на докторска дисертация на гл.ас. д-р Милена Кирилова Филипова, кандидат за академичната длъжност „доцент” в катедра „Мениджмънт и маркетинг” към Стопански факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски” Благоевград

№1 УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО В КРИЗИСНИ СИТУАЦИИ

Монография, 230 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2009г.

Монографичният труд е насочен към изучаването на същността, факторите, фазите и особеностите на кризисните ситуации в предприятието и тяхната диагностика. Изяснени са фазите на икономическия цикъл и видовете кризисни ситуации. С неговото разработване се прави опит за едно по-цялостно разглеждане на управлението и функционирането на предприятието в кризисни ситуации. Предмет на изследване са стратегическите цели, стратегическото планиране, методите за прогнозиране и контрола в кризисни ситуации. Предложени са критерии за определянето на общото стратегическо ниво на предприятието. Изведени са основните стратегии, които може да предприеме предприятието. Конкретизирани са основните задачи в областта контролинга при управлението в кризисни ситуации. Определена е съвкупността от основните подконтролни показатели, които се управляват в системата на контролинга. В монографията са определени етапите на концепцията за управление в кризисни ситуации и основните насоки за преодоляване на кризата. Вниманието е фокусирано също върху профилактика на кризисните ситуации и формирането на екипи за управление в кризисни ситуации.

№2 ТУРИСТИЧЕСКА ПОЛИТИКА

Монография в съавторство, 510 стр., Изд. „Тракия- М”, София, 2010 г.

В глава трета от монографията „Избор и вземане на стратегическо решение” са разгледани особеностите на стратегическите решения вземани в туристическото предприятие. Изследването обръща внимание на характеристиките, които различават стратегическите решения от тактическите и оперативните. Изяснени са основните проблеми, с които мениджмънта се среща при вземането на стратегически решения в туризма. Разграничени са три етапа на вземане на стратегически решения в туристическото предприятие: подготвителен етап, избор на стратегическо

решение и реализация и контрол върху реализацията. Подготвителния етап обхваща определяне на действителния проблем, събиране и анализ на информацията, включително специфични елементи на външната среда на туристическото предприятие, определяне на целите и анализ на ситуацията. Като елементи на етапа избор на стратегическо решение са разгледани разработването на алтернативни варианти на стратегическото решение, избор на стратегическо решение, експертната оценка на основните варианти, определяне на критериите и подходите за избор на стратегическо решение и вземане на стратегическото решение. Реализацията и контрола обхващат изработването на план на действие, изработването на стандарти и критерии за контрол, съпоставяне на получените резултати с разработените стандарти и критерии, вземане на необходимите коригиращи решения и анализ на ситуацията.

№ 3 ФУНКЦИОНАЛНИ ОСОБЕНОСТИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Монография, 342 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2011

В монографията се изследват характерните особености с които се отличава управлението на туристическото предприятие произтичащи от социално-икономическата природа на туризма; от комплексния характер на туристическата дейност; от характера на туристическия продукт и неговия жизнен цикъл; от спецификата на различните дейности в туристическото обслужване и на създаваните от тях продукти и особености произтичащи от сезонния характер на туристическата дейност. По отношение на функцията планиране вниманието е насочено към нейната роля, последователността в направлението от стратегическо към оперативно планиране и особеностите на проектното планиране в туристическото предприятие. При организацията на стопанската дейност са изяснени условията за изграждане на организация в туристическото предприятие, възможностите за реорганизация, параметрите и структуроопределящите фактори на организационната структура на управление и типовете организационни структури в туризма. При ръководната функция акцента е поставен върху стила на управление, качествата на ръководителя и типовете ръководители. Изследвана е динамиката на прилагане на стиловете на управление в туристическите предприятия в България през периода 2007- 2010г. и на основата на получените резултати са направени изводи. Идентифицирани са равнищата на компетенциите в туристическото предприятие и са разкрити възможностите за делегиране на компетенции в туризма.

При контрола на стопанската дейност е изяснена неговата роля, разгледани са основните въпроси, които решава отчетността, изяснена е същността на контролинга и е направена

характеристика на контролинг системата. Идентифицирани са основните елементи на контролинговата инфраструктура и на контролинг-цикъла на туристическото предприятие. Разкрити са направленията в приложението на контролинга. Дефинирани са равнищата на които той се прилага и техниките и инструментариума, с които контролинг-специалистите си служат. Акцентът е поставен върху проектирането и внедряването на контролинг-система в туристическото предприятие. Разработен е модел за проектиране и внедряване на контролинг-система в туризма, който включва пет етапа. Определена е основната цел и основното предназначение на разработеният модел. Разкрити са предпоставките за успешното прилагане на разработения модел на контролинг-система на туристическо предприятие и принципите, спазването на които осигурява единство и хармоничност на контролинг-системата. Изяснени са компетенциите на контролинг-специалистите.

При управлението на човешките ресурси вниманието е фокусирано върху тяхната роля в туризма и съдържанието на системата за управление на човешките ресурси. Изследвани са отделните елементи на системата за управление на човешките ресурси-осигуряването на необходимите човешки ресурси; активизирането на човешките ресурси в процеса на текущата работа; подкрепящите организационни и управленски мерки и задачи, както и координацията между тях. Идентифицирани са характерните особености на обучението и квалификацията на човешките ресурси в туристическото предприятие.

№ 4 УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ

Учебник, 196 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2008

В учебника се изясняват същността, видовете управленски решения и принципи на вземане. Разкрити са факторите влияещи върху процеса на вземане на управленски решения-обективни и субективни фактори, влияние на компетенциите и на фактора време. Определени са етапите на процеса на вземане на управленски решения-подготовка за разработване, разработка на алтернативни управленски решения, избор на решение, изпълнение и контрол върху изпълнението на управленските решения. Разглеждат се методите за вземане на управленски решения-класически, административен и политически метод; формални методи и методи за групово вземане на решения. Акцентът е поставен върху ролята на ръководителя като субект в процеса на вземане на управленски решения и стила на вземане на решения. Вниманието е фокусирано върху информационните системи и йерархични нива на управление, същността, предимствата и елементите на системата за подпомагане процеса на вземане на решения и нивата на подкрепа в

организацията. Направена е характеристика на управленския риск, изследвани са методите за оценка на риска и са предложени възможности за неговото ограничаване.

№ 5 ИЗБОР НА УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ПЛАНИРАНЕТО В ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Студия, 77 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2010

Основната цел на студията е да предложи насоки за усъвършенстване на планирането в туристическото предприятие. В тази връзка след като са разгледани основните елементи на плана са изяснени характерните особености на планирането в туристическата индустрия. Специално внимание е отделено на особеностите произтичащи от социално-икономическата природа на туризма, от комплексния характер на туристическата дейност, от характера на туристическия продукт и неговия жизнен цикъл, от спецификата на различните дейности в туристическото обслужване и на създаваните от тях продукти и особености произтичащи от сезонния характер на туристическата дейност. В студията са разграничени нивата на организация на стратегическото планиране в зависимост от размера на туристическото предприятие, броя на йерархичните звена, ориентацията към централизация или децентрализация в управлението и структурното обособяване на отделните функции. За всяко ниво на организация на стратегическото планиране са конкретизирани управленските решения, които се вземат. Изследвани са основните стъпки в направлението от стратегическо към оперативно планиране. Предложено е последователно разпределение на тези етапи, в рамките на една оперативна година.

№ 6 ПОТРЕБИТЕЛСКИЯТ ИЗБОР В БЪЛГАРСКИЯ ТУРИЗЪМ

Студия, 69 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2010

Основната цел на студията е проучване на ваканционните и неваканционните пътувания на българските туристи, осъществени на територията на България. За постигането на поставената цел са изследвани факторите, които влияят върху потребителския избор; проучени са мотивацията и предпочитанията при предприемането на ваканционните пътувания; проучени са мотивацията и предпочитанията при предприемането на неваканционните пътувания. За постигането на целта на изследването е проведено анкетно проучване, допълнено чрез интервю, през периода юни-септември 2009г. в градове София, Пловдив, Варна, Благоевград, Бургас, Плевен. На основата на резултатите от направеното изследване са сегментирани ваканционните и неваканционните пътуванията в страната по цели и продължителност; е направен социално-демографски профил на

предприемащите ваканционни и неваканционни пътувания в страната според мотива за пътуване; са установени основните характеристики на ваканционните и неваканционните пътувания- начин на планиране на пътуването, сам или в компания пътува българския турист, начин на настаняване, посетени места, занимания по време на пътуването, използван транспорт и др.; са установени основните практики на планиране и прекарване на ваканционните пътувания в страната и ползване на туристически пакети.

№ 7 ИЗБОР НА УПРАВЛЕНСКО РЕШЕНИЕ ЗА ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА СТРАТЕГИЧЕСКИ БИЗНЕС – ПОЛЕТА В ПРЕДПРИЯТИЕТО

Студия, 45 стр., Унив. Изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2010

Основната цел на студията е да разкрие възможностите за позициониране на стратегически бизнес- полета в предприятието. В тази връзка е изяснена същността на стратегическите бизнес- полета и са систематизирани техните съществени признаци. Разгледани са също прилаганите в практиката критерии за формиране на стратегически бизнес- полета: според вида на предлаганите продукти, според потребностите на потребителите, според особеностите на отделните региони, въз основа на съществуващите канали за пласмент, въз основа на прилаганите технологии за образуване на асортиментен "чадър" и смесени (дву- или тримерни) модели. На основата на изследваните критерии за формиране на стратегически бизнес- полета в предприятието са предложени възможностите за тяхното позициониране. Отделено е внимание на плановият портфейл на предприятието, който се изготвя с цел открояване на тенденции за развитието на стратегическите полета и евентуалното им прегрупиране. Той би могъл да покаже евентуални приоритети при бъдещото сегментиране на потребителите, продуктите и пазарите. При избора на управленско решение за позициониране на стратегически бизнес- полета в предприятието е необходимо да се елиминират рисковите компоненти от пазарната привлекателност. В тази насока са представени едностранен поход, двуаспектно и многостепенно позициониране на стратегически бизнес- полета.

№ 8 Customer Relationship Management- Basis for the increase of the Competitive Power

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр. 2/2007, с. 22-27

Статията е посветена на управлението на взаимоотношенията с потребителите като съвременна стратегия за управление, която обхваща процесите на привличане, обслужване и задържане на отделния клиент. Изяснена е същността на системата за управлението на

взаимоотношенията с потребителите. Представени са модулите, които намират реализация при внедряването на такава система. Конкретизирани са ползите от системата за управлението на взаимоотношенията с потребителите за повишаване на конкурентоспособността на предприятието, както и възможностите да се увеличат конкурентните предимства по отношение на маркетинг, продажби и следпродажбено обслужване.

№ 9 Стил на управленско решение

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр.1, 2008, с. 34- 41

Статията има за цел да изясни какво представлява стила за вземане на решения, кои са факторите, които оказват влияние върху стиловете и на тази основа да идентифицират различните стилова за вземане на управленски решения. Основните фактори от които зависят ключовите разлики в стиловете за вземане на решения разгледани в статията са използването на информация и фокуса- броят на възможните алтернативи при достигане на решение. Въз основата на комбинацията от двата фактора са определени четири основни стила за вземане на решение- решителен, йерархичен, гъвкав и интегративен.

№ 10 Компетенциите във вземането на решения

Научна статия, сп. Управление и устойчиво развитие, Vol. 21, бр.3-4, 2008г., с. 270- 276

Статията има за цел да изясни ролята и влиянието на компетенциите при вземането на управленски решения. За целта вниманието е насочено към същността на компетенциите и ключовите компетенции, като е подчертана разликата между тях. Представени са показателите по които може да се оцени ключовата компетенция. Определени са и подробно са разгледани елементи на ключовата компетенция и влиянието, което оказват при вземането на решения.

№ 11 Information Systems and Hierarchical Levels of Management

Научна статия (в съавторство), сп. Икономика и управление, бр.2, 2008, с.84-90

Статията е насочена към изследване на информационните технологии, които са необходими за специфичните информационни потребности и изисквания на всяко йерархично ниво. Обособени са основните групи информационни системи според йерархичното ниво на управление и управленските решения, вземани на всяко от тях и използваните информационни технологии.

Подробно са разгледани характеристиките и предимствата на основните групи информационни системи.

№ 12 Формиране на екип за управление при кризисни ситуации

Научна статия, сп. Управление и устойчиво развитие, Vol. 24, бр.3- 4, 2009г., с. 59- 64

В статията е отделено внимание на изискванията при подбора на мениджъри при управлението в кризисни ситуации. Акцента е поставен върху двете насоки- специализирана и психологическа при подготовката и обучението на мениджърите. Изяснени са уменията, които мениджърите трябва да притежават във връзка с характера на функционалните задачи свързани с управлението в кризисни ситуации. Идентифицирани са качества, които мениджърът по управление в кризисни ситуации е необходимо да притежава. Разгледани са разновидностите кадрова политика в условията на криза и необходимите мерки, които предвижда ефективната кадрова политика.

№ 13 Изграждане публичния образ на университета като образователно и духовно средище (във връзка с обучението по специалност „Туризм” в ЮЗУ „Н. Рилски”- Благоевград)

Научна статия (в съавторство), сп. Икономика и управление, бр.1, 2009, с.78- 88

Статията е посветена на изграждането публичния образ на университета като образователно и духовно средище (във връзка с обучението по специалност „Туризм” в ЮЗУ „Н. Рилски”- Благоевград). За целта на изследването са определени причините поради които този проблем е сложен за Югозападен университет и катедра „Туризм”. Изяснена е целта и мисията на ПР-стратегията. Формулирани са нейните основни задачи. Систематизирани са посоките за ролята на една ПР- програма за работа с медиите. Разкрити са формите на проявление на познавателно-оценъчната рефлексия на противоречиви социални интереси и ценности. Представени са благоприятните условия в обществото за свободно и нормално формиране и проявление на общественото мнение.

№ 14 Стратегии за развитие на предприятието в кризисни ситуации

Научна статия, Сборник научни статии „Предприемачество и клъстерно развитие”, Унив. Изд.„Н. Рилски”, Благоевград, 2010г., с.5-11

Основната цел на статията е да се изследват основните стратегии за развитие на предприятието в кризисни ситуации. В тази връзка са формулирани основните проблеми при определяне на стратегическите цели при антикризисното управление и подходите за тяхното разрешаване. Вниманието е фокусирано върху антикризисните стратегии на предприятието в зависимост от това дали се търси в офанзивен план спиране и прекъсване на спада, а след това промяна в посоката на движение, или целта е да се осигури постепенно или отведнъж изтегляне от практикувания бизнес.

№ 15 Decision Making System

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр.4, 2010

В статията е изяснена същността на системата за подпомагане вземането на решения, нейните основни компоненти и ситуациите при които тя може да бъде полезна. Определени са нивата на които системата за вземане на решения може да предостави подкрепа. Идентифицирани са етапите през които преминава проектирането на системата за вземане на решения, както и основните цели на проекта на такава система. Формулирани са основните проблеми при проектирането на системата за вземане на решения.

№ 16 Special Features of Strategic Business Fields in Tourism

Научна статия, сп. Икономика и управление, бр. 1, 2011 г.

Основната цел на статията е да разкрие особеностите на стратегическите бизнес- полета в туризма. Във тази връзка е изяснена същността на стратегическите бизнес- полета като основно ниво на стратегическото планиране. Изяснена е разликата между стратегическа бизнес- единица и стратегическо бизнес- поле. Разгледани са прилаганите в практиката критерии за формиране на стратегически бизнес- полета и характерните им особености в туризма.

№ 17 Organizational Aspects of Controlling in Companies in the Field of Tourism

Научна статия, "*Science&Research*", *Международно научно списание на БКОНК*, бр.2, 2011г

Основната цел на статията е да се изследват основните елементи организацията на контролинга в туристическото предприятие. В тази връзка вниманието е фокусирано върху характеристиката на съдържанието на контролинга; дефинирането на равнищата, на които той се прилага и техниките и инструментариума, с които контролинг- специалистите си служат. Акцентът

е поставен върху контролинга на целите, контролинга на взетите решения и контролинга при използване на ресурсите. Според вида и характера на организационната структура на съответното туристическо предприятие са дефинирани отделните контролингови сфери.

№ 18 Challenges before the achievement of a sustainable cultural tourism

Научна статия, *Tourism and Hospitality Management- an International Journal of Multidisciplinary Research for South- Eastern Europe*, Vol.14, N 2, December 2008, с.311- 322

В статията се изследва сътрудничеството и конкуренцията между културата и туризма. Направено е сравнение между управлението на културното наследство и туризма. Специално внимание е отделено на устойчивостта на културния туризъм. Определени са изискванията за устойчиво развитие на културния туризъм. Идентифицирани са факторите, които се включват в процеса на развитие на културния туризъм. Разкрити са ползите от културния туризъм за туристите и местните жители. Акцента е поставен върху взаимното влияние между културата и туризма. Предложени са възможните взаимоотношения между туризма и управлението на културното наследство.

№ 19 Tourism Profiles in Romania and Bulgaria. Cross- Country Comparisons

Научна статия (в съавторство), *Buletinul Iniversitatii Petrol- Gaze din Ploiesti, Economic Sciences Series, Romania*, Vol. LHI, N.1, 2009г., с.36-41

Основната цел на статията е извеждане на главните фактори, провокиращи специфичното развитие на туризма в България и Румъния. На база достигнатите изводи се установява, че Румъния е държава, все още развиваща се като туристическа дестинация, при все наличен предходен опит (до 1989г.). Основният туристически контингент посещаващ я, се формира на пазарите на Германия, Франция и Италия. Редом с нея, България като туристическа дестинация през наблюдавания времеви отрязък също се очертава като развиваща се туристическа дестинация, правеща обаче опит да се репозиционира на традиционните си пазари с оглед на протичащите процеси в рамките на международното туристическо пространство.

№ 20 Peculiarities of Project Planning in Tourism

Научна статия, *Perspectives of Innovations Economics and Business /PIEB, International Cross-Industry Research Journal*, Vol.4, Issue 1, 2010, с. 57-59

В статията са разграничени основните видове планиране и е обоснована необходимостта от проектно планиране в туризма. Изяснени са основните функции на ръководителя на проекта. Идентифицирани са фазите през които преминава един проект в туризма. Определени са предимствата и недостатъците на проектното планиране. Предложени са насоки за неговото оптимизиране.

№ 21 Prognostication of Crisis Phenomena in the Company

Научна статия, Economics and Management- Scientific Journal in Lithuanian , N15, 2010, с.471- 477

Статията е посветена на изследване на методите за прогнозиране на кризисните явления в предприятието. Силата на влияние на кризите може и трябва да бъде намалена с отчитане на техните особености и прогнозиране на тяхното настъпване. Вниманието е фокусирано върху организирането на процеса на получаване на вярна информация относно потенциалните заплахи, цикличността на възникване на кризи в производството съгласно на теорията на Туган- Барановски и Кондратиев. Отделено е място на метода на Бийвър, метода на Ед. Алтман, метода на Хофър, класификацията на характерните признаци при анализа на кризисните ситуации, разработена от американският изследовател Ансф и методиката експрес- анализ на характерните показатели.

№ 22 Изграждането на информационна рамка- основа за формиране на конкурентно предимство

Доклад, Единадесети национален симпозиум “Качество, конкурентоспособност, устойчиво развитие”, София, 2006г., с.75- 79

В доклада се разглеждат възможностите, които информационните технологии предоставят за създаването на трайно конкурентно предимство, чрез използване на характеристиките на технологията, характеристиките на предприятието и характеристиките на стойностната система, в която то работи. Акцента е поставен върху бариерите, които допринасят за устойчивостта на конкурентното предимство– бариера ИТ проект, бариера ИТ ресурси и възможности и бариера допълнителни ресурси.

№ 23 Влияние на личността на мениджъра върху процеса на вземане на управленски решения

Доклад, Дванадесети национален симпозиум “Качество, конкурентоспособност, устойчиво развитие”, София, 2007г., с. 112- 116

Доклада е посветен на изследване на влиянието на личността на мениджъра и неговия личен стил на вземане на решения върху цялостния процес на вземане на управленски решения. За целите на изследването са разгледани основните типове личен стил на вземане на решения. Акцентира се върху модела Врум и Джаго за мотивиране на сътрудниците с неговите три основни блока- стилове на ръководство, въпроси за диагностика и анализ и правила за вземане на решения.

№ 24 Влияние на фактора време при вземането на управленски решения

Доклад, Научна конференция „Мениджмънт и предприемачество”, Пловдив, 2008, с. 78- 81

Доклада е посветен на изследване на влиянието на фактора време при вземането на управленски решения и предимствата на организирането на времето. Идентифицирани са причините за дефицита на време и са предложени възможности за неговото преодоляване. Определени са предимствата на делегирането, като начин за преодоляване на дефицита на време.

№ 25 Продължителност и конфликтност на вземането на стратегически решения

Доклад, Тринадесети национален симпозиум “Качество, конкурентоспособност, устойчиво развитие”, София, 2009г., с.81- 88

В доклада са разгледани основните проблеми с които мениджърите се сблъскват при вземането на решения. Специално внимание е отделено на характеристиките на стратегическите решения, които имат важни последствия за поведението както на мениджърите, които вземат решения, така и на мениджърите, които ръководят и контролират комплекса от процеси при вземане на решения. Акцентирано е върху продължителността и фазите при вземането на стратегическите решения. Анализирани са конфликтът на интереси като аспект на сложността при стратегическите решения.

№ 26 Management Style as an Expression of Corporate Culture in Tourism

Доклад, First International Conference for Ph.D. Candidates, June 2010, Tourism Department, SWU “N. Rilski”, стр. 25- 30

Основната цел на доклада е да се изследват основните управленски стилове в туристическото предприятие и тяхната връзка с корпоративната култура. Формирането и развитието на ценностната система и на фирмената култура в туристическите предприятия в значителна степен се определя от съответния стил на управление и изградения на тази основа климат. Управленският стил е своеобразна характеристика, която изразява особеностите на дейността на ръководителя.

№ 27 Аспекти на делегирането на компетенции в туризма

Доклад (в съавторство) Научна конференция „Алтернативи за развитие на съвременния туризъм”, 2010, Варна, с.96- 102

Основната цел на доклада е изясняване на ролята и особеностите на делегирането на компетенции в туризма. С цел изследване на въздействието, което предизвиква делегирането на задачи и компетенции по отношение на участващите в този процес страни са систематизирани неговите по- важни последствия. Разгледани са основните видове компетенции, като са обединени в няколко големи групи.

№ 28 Human Factor in Tourism Reengineering

Доклад, University "St. Kliment Ohridski"- Bitola, Faculty of Tourism and Hospitality- Ohrid, 2007

След определяне ролята и значението на човешкия фактор в процеса на реинженеринг са разгледани неговите основни участници. Представени са резултати от изследване и проучване на четири конкретни фирми, които са различни по размер, предмет на дейност и култура и са осъществили радикални промени чрез реинженеринг на своите стопански процеси. Направено е сравнение между тях по отношение на доминирането на човешкия и техническия фактор в процеса на реинженеринг. На основата на резултатите от изследването са направени препоръки свързани с човешкия фактор при реинженеринга на стопанските процеси на туристическите предприятия.

№ 29 Decision Making and Manager’s Leadership Competences

Доклад, International symposium “Integration of Science and Education as Key Factor for Building up the Knowledge-Based Society”, Kiev, Ukraine, 2007

Доклада е посветен на лидерските компетенции на мениджърите и вземането на решения. Изяснени са кои са лидерските компетенции и какво представляват. Определени са различните нива на компетенции и как могат да бъдат използвани при вземането на решения. Лидерските компетенции са групирани в три клъстера. Направени са препоръки за планиране на фирмените ценности към лидерските компетенции и вземането на решения.

№ 30 Information Support of Manager’s Decision Making

Доклад, 4th International Conference of ASECU “Development: Cooperation and Competitiveness”, Bucharest, Romania, 2008г.

В доклада са изяснени същността и основните предпоставки за развитието на системата за подпомагане вземането на решения. Определени са основни характеристики и предимства при използването на системата за подпомагане вземането на решения. Специално внимание е отделено на различните модели за подпомагане процеса на вземане на решения, техните основни характеристики и условия за прилагане. Идентифицирани са основните потребители на

системата за подпомагане вземането на решения и основните роли изпълнявани от мениджърите и техническия състав в екипа при итеративното разработване на тази система.