

عنوان مقاله:

بررسی قابلیت ها و ویژگی های کلیدی مدیران ساخت و تولید شرکت های مختلف

محل انتشار:

نخستین همایش ملی رویکرد های نوین مدیریت در مطالعات میان رشته ای (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

سحر عمرانی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه صوفی رازی زنجان ایران

خلاصه مقاله:

مدیریت ساخت و تولید یک فعالیت درون سازمانی است که از پیش بینی، برنامه ریزی و بازاریابی برای محصولات یا خدمات تشکیل می شود. مدیر تولید موارد دغدغه توسعه محصول و بازاریابی محصول دارد. و این دو فعالیت نهایتاً منجر به افزایش درآمد، افزایش سهم بازار و افزایش حاشیه سود خواهند شد. از طرف دیگر یک مدیر تولید باید در مورد تحلیل بازار و کارایی ها و ویژگی های محصول مسئولیت پذیر باشد. از این رو در ساختارهای سازمانی مختلف بعضاً مدیر تولید یک جایگاه سازمانی مشخص و معین را دارد و در بعضی موارد عضو بخش های فروش و بازاریابی و یا عضو بخش مهندسی محسوب می شود. مدیران ساخت و تولید، بنا به تعریف انجمن مدیران ایران، شاخه از مدیریت است که به تحصیلات و تجاری نیازمند است تا رویه های مهندسی را در پروسه های تولید و شیوه های تولید را در صنعت بفهمد، به کار گیرد و کنترل کند و به توان برنامه ریزی در فرایندهای تولید نیازند است تا درباره ابزارها، روندها و ماشین آلات و تجهیزات تحقیق کند و آنها را بهبود بخشد و امکانات و سیستم های را برای تولید فراورده های با کیفیت و هزینه بهینه یکی کند. در این تحقیق به ویژگی ها و قابلیت های مدیران ساخت و تولید خواهیم پرداخت. و به توانایی های این افراد در سازمان های مختلف اشاره خواهیم کرد. در نهایت به این مطلب خواهیم پرداخت که مدیران ساخت و تولید شبکه های بزرگ و موفق جهانی از جمله بوئینگ و تویوتا و.. چه قابلیت هایی را دارا می باشند و اثر آنها در این موقعیت چه می باشد.

کلمات کلیدی:

مدیران ساخت و تولید، قابلیت های مدیران، ویژگی های مدیران، شایستگی مدیران ساخت و تولید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1149796>

