

Программа учебной дисциплины
«Система управления развитием компании»
для слушателей программы профессиональной переподготовки
«Результативный маркетинг»

Краткая характеристика учебной дисциплины (курса)

Курс дает слушателям представление о системе управления развитием компании, ее основных элементах, их взаимодействии и влиянии как на процессы, происходящие в компании, так и на саму систему управления развитием компании в целом. В курсе также рассматриваются методы оценки окружающей обстановки, выработки стратегий развития компании, варианты маркетинговых и иных стратегий поведения компании.

Место и роль учебной дисциплины (курса) в системе подготовки, профессиональной переподготовки, повышения квалификации специалиста

Знания и навыки, приобретенные в рамках курса, позволят слушателю понимать важность согласованных действий между представителями различных функциональных направлений при проработке и реализации стратегических инициатив.

Особенности и специфика учебной дисциплины (курса)

Отличительными особенностями дисциплины (курса) являются ее нацеленность на сопоставление теоретических основ управления развитием и практического положения дел в компаниях по вопросам управления развитием, вскрытие проблемных зон, различий и противоречий между теорией и практикой.

Целевая аудитория, требования к исходному уровню знаний и умений, которыми должен обладать слушатель, приступая к изучению (освоению) данной дисциплины

Целевая аудитория курса – руководители и специалисты маркетинговых служб, отвечающие за разработку маркетинговых стратегий и задействованные в разработке общекорпоративных стратегий компании.

Цели и задачи изучения учебной дисциплины (курса)

Цель курса: сформировать систему знаний об управлении развитием компании, роли маркетинговых служб в системе управления развитием компании.

Курс прежде всего ставит задачи концептуального характера:

- сформировать понимание проблемного поля системы управления развитием компаний;
- получить знания об основных целях и задачах, стоящих перед системой управления развитием компаний;
- дать представление об основных методах стратегического анализа;
- сформировать понимание роли маркетинговых стратегий при осуществлении компанией стратегического выбора своего поведения.
- дать представление об особенностях реализации стратегий развития и построении системы управления развитием компаний;

Взаимосвязь учебной дисциплины (курса) с другими дисциплинами (курсами)

Данный курс является предваряющим основные дисциплины Программы профессиональной подготовки. Курс непосредственно связан со всеми дисциплинами Программы профессиональной переподготовки, т.к. со стратегических позиций освещает проблемное поле организации, в котором маркетинговые службы выполняют свои функциональные задачи. Поэтому, при изучении каждой дисциплины Программы профессиональной переподготовки, слушателям полезно обращаться к знаниям и информации, полученным в рамках данного курса.

Особенности изучения учебной дисциплины (курса) и процесса обучения

Курс предполагает, в основном, интерактивную форму взаимодействия с аудиторией при рассмотрении теоретических вопросов, предусмотренных тематическим планом. По мере рассмотрения теоретических аспектов, слушателям будут задаваться проблемно-ориентированные вопросы, целью которых является дать слушателям возможность сопоставить теоретический материал со своей практической деятельностью и личным опытом.

Для практической апробации полученных знаний, на занятиях будут предложены практические учебные ситуации (кейсы), проработка которых позволит слушателям закрепить и провести переосмысление полученного материала.

Возможность использования полученных знаний в решении конкретных проблем, возникающих в практической деятельности

Знания и навыки, полученные слушателями в результате изучения данного курса, а также рассмотренные на занятиях противоречия, возникающие между теорией и практическим положением дел в компаниях по вопросам управления развитием, позволят слушателям использовать их как опорные точки для оценки положения дел в их компаниях и дадут понимание путей поиска оптимальных решений в рамках своей компетенции.

Конечные результаты обучения

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

иметь представление (знать):

- понимать составные элементы системы управления развитием компании;
- знать методы стратегического анализа;
- иметь представление о вариантах стратегического поведения;
- иметь представление о проблемах в организации системы управления развитием компании.

приобрести навыки (опыт):

- оценки внешней обстановки и внутренней среды компании;
- выработки рекомендаций по вариантам стратегического поведения;
- оценки узких мест в системе управления развитием компании;
- выработки рекомендаций по улучшению системы управления развитием компании.

Тематическое содержание программы учебной дисциплины (курса)

Тема 1. Назначение системы управления развитием компании (СУРК).

- 1.1. Роль управления развитием в системе управления компанией.
- 1.2. Цели и задачи СУРК.
- 1.3. Составляющие СУРК.
- 1.4. Соотнесение СУРК с бизнес-процессами компании.

Тема 2. Стратегический анализ.

- 2.1. Стратегическая установка. Проблематика целеполагания.
- 2.2. Стратегический анализ. Проблематика уровня информированности.
- 2.3. Внешняя обстановка. Методы оценки и современные процессы.
- 2.4. Внутренняя среда. Методы оценки.

Тема 3. Стратегический выбор.

- 3.1. Варианты стратегического поведения.
- 3.2. Роль и место маркетинговых стратегий в управлении развитием.
- 3.3. Оценка стратегических вариантов. Проблематика конкуренции интересов в борьбе за ресурсы.
- 3.4. Стратегическое соответствие.

Тема 4. Стратегическая реализация.

- 4.1. Стратегические линии поведения и планы.
- 4.2. Модель системы управления развитием компании. Цикл управления и система сбалансированных показателей.
- 4.3. Стратегический контроль. Проблематика контроля и анализа результатов.

Формы контроля знаний, система оценки обучающихся и структура итоговой оценки

Итоговая форма контроля – зачет.

Оценка знаний по итогам курса будет формироваться на основании оценки за итоговую практическую работу.

Практическая работа представляет собой письменную работу, содержащую следующее аналитическое задание:

- На основании описанной в условии задания ситуации, сложившейся в компании, необходимо подготовить аналитическое заключение, содержащее:
 - Стратегический анализ, включающий оценку внешней обстановки и внутренней среды компании и соответствующие выводы.
 - Рекомендации по выбору вариантов стратегического поведения, обеспечивающих минимизацию выявленных угроз и реализацию потенциала компании.
 - Предложения по улучшению системы управления развитием компании.

Оценка	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Результат	Зачтено						Не зачтено			

Литература основная и дополнительная

1. Кучкаров З.А. Стратегическое планирование и управление организацией. М.: Концепт, 2004.
2. Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний: Учебное пособие. М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006.
3. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2008.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
5. Курс МВА по стратегическому менеджменту. Под ред. Л. Фазйа, Р. Ренделла. 4-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

Материально–техническое и информационное обеспечение дисциплины

Раздаточные материалы для изучения лекционного материала, практические задания, магнитно-маркерная доска (флипчарт), маркеры, проектор.