

Аннотация учебной дисциплины «СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ КОМПАНИИ»

**для слушателей программы профессиональной переподготовки
«Результативный маркетинг»**

Пояснительная записка

1. 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.

2. 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.

3. 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 компанией;
- получить знания об основных целях и задачах, стоящих перед системой управления развитием компании;
- 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 компании;

4. 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.

5. 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.

6. 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.

7. 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 дисциплины

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

Тема 2. Стратегический анализ.

Тема 3. Стратегический выбор.

Тема 4. Стратегическая реализация.

Учебно-методическая литература

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.