

Аннотация программы учебной дисциплины «Система управления развитием компании»

1. ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

Сформировать систему знаний об управлении развитием компании, роли маркетинговых служб в системе управления развитием компании.

Основные задачи:

- сформировать понимание проблемного поля системы управления развитием компанией;
- сформировать знания об основных целях и задачах, стоящих перед системой управления развитием компании и 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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

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.

Уметь:

- использовать полученные знания как опорные точки для оценки положения дел в их компаниях,
- понимать пути поиска оптимальных решений в рамках своей компетенции.

Иметь навыки:

- 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.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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.