

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Частное образовательное учреждение
высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной
и воспитательной работе ЧОУ ВО «МИР»
д.э.н. профессор В.И. Дровяников



_____ 20 августа 20 15 г.

Образовательная программа
высшего образования

Направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Профиль – Стратегический менеджмент

Квалификация (степень) выпускника
«Магистр»

Нормативный срок освоения программы
2 года (очная форма обучения)

Самара 2015 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общая характеристика образовательной программы
 2. Общие положения
 - 2.1. Используемые сокращения
 - 2.2. Используемые нормативные документы
 - 2.3. Обоснование выбора направления и профиля подготовки
 - 2.4. Общие цели образовательной программы
 - 2.5. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы
 3. Характеристики профессиональной деятельности выпускников
 - 3.1. Область профессиональной деятельности
 - 3.2. Объекты профессиональной деятельности
 - 3.3. Виды профессиональной деятельности
 - 3.4. Задачи профессиональной деятельности
 4. Результаты освоения образовательной программы
 - 4.1. Общекультурные компетенции выпускников
 - 4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников
 - 4.3. Профессиональные компетенции выпускников
 5. Структура образовательной программы
 6. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы по направлению «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»
 - 6.1. График учебного процесса
 - 6.2. Учебный план образовательной программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»
 - 6.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)
 - 6.4. Программы учебной и производственной практики
 7. Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы магистратуры по направлению «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»
 8. Социокультурная среда, необходимая для развития общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников
 9. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы
 - 9.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
 10. Список разработчиков образовательной программы
- Приложения

1. Общая характеристика образовательной программы

Образовательная программа высшего образования (ОП ВО) представляет собой систему учебно-методических документов, разработанную кафедрой менеджмента факультета экономики и менеджмента ЧОУ ВО «МИР», утвержденную Советом института с учетом потребностей российского и региональных рынков труда, требований федеральных органов исполнительной власти и хозяйствующих субъектов, на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», а также с учетом рекомендованной Учебно-методическим объединением по образованию Примерной образовательной программы высшего образования (Пр ОП ВО) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». Пр ОП ВО и ОП ВО по данному направлению образуют взаимосвязанную совокупность социальных норм вузовского уровня иерархии в организации высшего образования по отношению к вышеуказанному направлению подготовки, профильной направленности и уровню квалификации.

Настоящая ОП ВО регламентирует цели и задачи, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по вышеназванному направлению подготовки и включает в себя учебный план, рабочие программы учебных дисциплин, программы организационно-управленческой, научно-исследовательской и педагогической практик, календарный учебный график и другие методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательных технологий и высокое качество подготовки обучающихся.

2. Общие положения

2.1. Используемые сокращения

ВКР – выпускная квалификационная работа магистра;
ВО – высшее образование;
ОП – образовательная программа;
ОК – общекультурные компетенции, предусмотренные федеральным государственным образовательным стандартом ВО;
ОПК – общепрофессиональные компетенции, предусмотренные федеральным государственным образовательным стандартом ВО;
ПК – профессиональные компетенции, предусмотренные федеральным государственным образовательным стандартом ВО;
УП – учебный план подготовки по направлению;
ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт ВО.

2.2. Используемые нормативные документы

Нормативные документы для разработки ОП ВО магистратуры по направлению 38.04.02 «Менеджмент»:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322;

- Постановление правительства РФ от 10.07.2013 №582 «Об утверждении правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 № 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Приказ Минобрнауки РФ от 09.01.2014 №2 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Приказ Минобрнауки РФ от 28.12.2011 N 2895 «Об утверждении порядка приема граждан в образовательные учреждения высшего профессионального образования»;
- Приказ Федерального агентства по образованию от 10 февраля 2010 г. N 109 «О задачах высших учебных заведений по переходу на уровневую систему высшего профессионального образования»;
- Методические рекомендации по разработке образовательных программ магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» Учебно-методического объединения вузов по образованию в области менеджмента ГУУ;
- Примерная образовательная программа по направлению подготовки (носит рекомендательный характер);
- Инструктивное письмо Минобрнауки России от 28.12.2009 г. № 03-2672 «О разработке примерных основных образовательных программ профессионального образования»;
- Инструктивное письмо Минобрнауки России от 13.05.2010 г. № 03-956 «О разработке вузами основных образовательных программ»;
- Правила осуществления мониторинга системы образования, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. N 662
- Нормативно-методические документы Минобрнауки Российской Федерации;
- Устав ЧОУ ВО «МИР».

2.3. Обоснование выбора направления и профиля подготовки

ОП ВО по вышеназванному направлению призвана реализовать перспективные отечественные и международные тенденции развития высшего образования, исходя из стратегических интересов и культурно-образовательных традиций России, обеспечить оптимальное сочетание универсальности, фундаментальности высшего образования и практической направленности, воспитание нового поколения граждан России.

Комплексность актуальных социальных норм в данной ОП означает наличие совокупности требований по отношению к результатам освоения ОП (результатам высшего образования), структуре ОП (образовательного процесса) и условиям реализации ОП (образовательной среде и системе образования в ЧОУ ВО «МИР» в целом).

Самарская область отличается развитой промышленностью и испытывает потребность в обеспечении рынка труда менеджерами с высшим образованием, фундаментально образованными и владеющими современными технологиями профессиональной деятельности.

Институт для удовлетворения потребности рынка труда в квалифицированных менеджерах осуществляет комплексную подготовку бакалавров по направлению «Менеджмент» с профилем «Менеджмент организации» и магистров по направлению «Менеджмент» с профилем «Стратегический менеджмент» и имеет необходимое ресурсное обеспечение для реализации ОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

ОП ВО трактуется как развернутая социальная норма, которая для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», уровень квалификации – магистр, должна обеспечить:

- выполнение требований ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» как федеральной социальной нормы в образовательной и научной деятельности с учетом особенностей его научно-педагогической школы и актуальных потребностей экономики РФ;
- социально-необходимое качество высшего образования не ниже требований вышеуказанного ФГОС ВО;
- объективную оценку образовательной и научной деятельности факультета экономики и менеджмента ЧОУ ВО «МИР».

В результате освоения ОП ВО магистранты должны понимать практику управления экономическим развитием и способствовать повышению эффективности организационных стратегий в условиях глобализации мирового хозяйства и становления инновационного типа развития отечественной экономики.

2.4. Общие цели образовательной программы

Основной целью подготовки по программе является формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников. Реализация компетентного подхода при формировании компетенций выпускников должна обеспечиваться сочетанием учебной и внеучебной работы; наличием социокультурной среды, необходимой для всестороннего развития личности, формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников, развития у магистрантов навыков системного анализа экономических процессов на основе освоения ими отечественных и зарубежных теоретических и практических разработок по проблемам функционирования и развития экономики, опыта управления и государственного регулирования.

Конкретизация основной цели осуществляется содержанием последующих разделов ОП и отражена в совокупности компетенций как результатов освоения ОП.

В области обучения целевыми задачами ОП являются:

- удовлетворение потребности общества и государства в фундаментально образованных и гармонически развитых специалистах, владеющих современными технологиями в области профессиональной деятельности;
- удовлетворение потребности личности в овладении общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, позволяющими ей быть востребованной на рынке труда и в обществе, способной к социальной и профессиональной мобильности.

ОП должна сформировать целостное научное представление о современных направлениях развития менеджмента в Российской Федерации и за рубежом, теоретических основах и практической реализации базовых положений основных концепций, стимулировать активную аналитическую и прикладную научно-исследовательскую деятельность по профильным проблемам стратегического управления организацией.

В области воспитания общими целями ОП является формирование социально-личностных качеств обучающихся: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности и повышении культурного уровня.

Отличие целей подготовки магистров от целей подготовки бакалавров заключается в овладении магистрантами компетенциями, необходимыми для решения сложных задач, которые не имеют очевидных решений, выходят за рамки вопросов, охватываемых стандартами и не могут быть решены без применения углубленных фундаментальных

знаний, современного экономического и абстрактного мышления, глубокого анализа состояния внешней и внутренней среды, применения методов государственного регулирования и управления в конкретной экономической ситуации.

2.5. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы

Абитуриент должен иметь документ государственного образца, подтверждающий освоение ОП ВО бакалавриата по направлениям подготовки 080100 «Экономика», 080200 «Менеджмент» или других направлений, присвоение квалификации «Бакалавр» и другие документы, установленные Правилами приема в магистратуру в ЧОУ ВО «МИР».

Зачисление в магистратуру граждан, имеющих диплом специалиста, осуществляется по конкурсу.

Зачисление в магистратуру граждан, имеющих диплом бакалавра по направлению подготовки магистра, осуществляется по конкурсу.

Для лиц, профиль подготовки которых совпадает с профилем магистерской программы, конкурс осуществляется без экзаменов по среднему баллу оценок в приложении к диплому бакалавра.

Бакалавры, профиль подготовки которых не совпадает с профилем магистерской программы, сдают дополнительно профильный экзамен.

3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

3.1. Область профессиональной деятельности

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» областью профессиональной деятельности выпускника могут быть:

- организации любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- органы государственного и муниципального управления;
- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем;
- учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

3.2. Объекты профессиональной деятельности

К объектам профессиональной деятельности выпускника относятся:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

3.3. Виды профессиональной деятельности

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистрант готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая деятельность;

Профессиональная деятельность магистра по профилю подготовки Стратегический менеджмент предполагает в основном организационно-управленческую, аналитическую и научно-исследовательскую деятельности, и данные виды являются доминирующими в настоящей ОП ВО.

Виды деятельности «организационно-управленческая», «аналитическая», «научно-исследовательская» и профиль Стратегический менеджмент определяют содержание результатов освоения настоящей ОП в виде профильных профессиональных компетенций выпускника и содержание вариативной части ОП.

3.4. Задачи профессиональной деятельности

Основными задачами профессиональной деятельности выпускника являются:

а) В области организационно-управленческой деятельности:

- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений;
- руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

б) В области аналитической деятельности:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

в) В области научно-исследовательской деятельности:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций

Эти задачи профессиональной деятельности выпускника рассматриваются как система взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов, способная к адаптации, постоянным изменениям и дополнениям в условиях развития рыночных отношений и динамичных изменений внешней среды.

4. Результаты освоения основной образовательной программы

4.1. Общекультурные компетенции выпускников

Выпускник по направлению подготовки «Менеджмент» с квалификацией (степенью) «Магистр» должен обладать следующими общекультурными (ОК) компетенциями:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников

Выпускник по направлению подготовки «Менеджмент» с квалификацией (степенью) «Магистр» должен обладать следующими общепрофессиональными (ОПК) компетенциями:

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

4.3. Профессиональные компетенции магистра

Компетенции выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения данной ОП ВО определяются на основе ФГОС ВО по соответствующему направлению и профильной направленности магистерских программ, а также в соответствии с целями и задачами данной ОП ВО. Выпускник в соответствии с профилем подготовки «Стратегический менеджмент» и доминирующими видами профессиональной деятельности «Организационно-управленческая», «Аналитическая», «Научно-исследовательская» должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

организационно-управленческая деятельность:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

аналитическая деятельность:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-7);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-9);
- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-10).

5. Структура образовательной программы

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» структура ОП магистратуры включает:

обязательную часть (базовую);

часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Это обеспечивает возможность реализации программ магистратуры, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее – направленность (профиль) программы).

Программа магистратуры состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы.

В соответствии с ФГОС ВО по данному направлению трудоемкость основной образовательной программы за весь период обучения с учетом всех видов аудиторной и самостоятельной работы студентов, практик и времени, отводимого на контроль качества освоения ОП, составляет 120 зачетных единиц (60 зачетных единиц в год). Срок освоения ОП ВО в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению для очной формы обучения составляет 2 года.

Сопоставление трудоемкости (зачетные единицы) по учебным циклам и разделам, предусмотренной ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент», и трудоемкости, предусмотренной структурой ОП, представлено в таблице 1:

Таблица 1

Трудоемкость освоения ОП подготовки магистров по направлению 38.04.02
«Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

Структура программы магистратуры		Трудоемкость (зачетные единицы) согласно ФГОС	Трудоемкость (зачетные единицы) по ОП
Блок 1	Дисциплины (модули)	51-69	64
	– базовая часть	18	18
	– вариативная часть	33-51	46
Блок 2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	42-63	47
	Вариативная часть	42-63	47
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9	9
	Базовая часть	6-9	9
Общая трудоемкость ОП		120	120

Из Таблицы 1 следует:

трудоемкости блока 1, а так же базовой части блока 1, предусмотренные настоящей ОП, соответствуют ФГОС ВО;

трудоемкости блоков 2 и 3, предусмотренные настоящей ОП, соответствуют ФГОС ВО;

общая трудоемкость ОП соответствует ФГОС ВО.

В целом трудоемкость освоения ОП соответствует ФГОС ВО.

Развернутая структура компетенций выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по блокам освоения ОП ВО магистратуры по направлению «Менеджмент» представлена в Таблице 2.

Таблица 2

Компетенции выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по блокам освоения ОП ВО магистратуры по направлению «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

Код	Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (зачетные единицы)	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, а так же учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
1	2	3	4	5
Блок 1	Дисциплины (модули)	64		
	Базовая часть	18	Методы исследований в менеджменте Персональный менеджмент Практические навыки проведения презентаций Иностранный язык для делового общения Методы принятия управленческих решений Управленческая экономика Управленческая деятельность	ОК-1, ОК-2, ОК-3 ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8
	Вариативная часть, в том числе дисциплины по выбору	46	Управленческий учет Современный стратегический анализ Корпоративные финансы Организационное поведение Стратегия управления человеческими ресурсами Система сбалансированных показателей Управление инновационным развитием предприятия Управление изменениями в процессе реализации стратегии Методы оценки конкурентоспособности организации Информационные системы в стратегическом управлении Методы управленческого контроля реализации стратегии Организационная культура	ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6

			Этика делового общения Конкурентные стратегии Стратегии ведения конкурентной борьбы Корпоративные стратегии Стратегии развития современной организации Производственные стратегии Операционные стратегии Маркетинговые стратегии Рыночные стратегии Финансовые стратегии Финансовый менеджмент Бизнес-планирование деятельности современной организации Разработка бизнес-стратегии	
Блок 2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	47	Научно-исследовательская работа Преддипломная практика Организационно-управленческая практика Научно-исследовательская практика	ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа	ОПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10
Общая трудоемкость образовательной программы		120		

Из Таблицы 2 следует:

дисциплины базовой и вариативных частей Блока 1, а также Блоки 2 и 3 направлены на формирование всех предусмотренных ОП компетенций (общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных);

проектируемые результаты освоения вариативных частей Блоков 1 и 2 соответствуют идеологии ФГОС ВО, профилю подготовки «Стратегический менеджмент», доминирующим видам профессиональной деятельности магистра – «Организационно-управленческая», «Аналитическая», «Научно-исследовательская».

6. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы по направлению «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

В соответствии с Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 N 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования -

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» и ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной образовательной программы регламентируется учебным планом магистра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных, производственных и преддипломной практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

6.1. График учебного процесса

Годовой календарный учебный график, в котором указана последовательность реализации образовательной программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент», включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы, представлен в таблицах 3 – 4.

Таблица 3 – Годовой календарный график учебного процесса студентов I курса

1 семестр	Сессия	2 семестр	Сессия	Каникулы	
7 2/3 недели	1 1/3 недели	9 недель	2 недели	2 недели	
01.09 – 24.10	25.10 – 02.11	03.11 – 04.01	05.01 – 18.01	19.01 – 01.02	
3 семестр	Сессия	4 семестр	Сессия	Практика	Каникулы
9 недель	1 неделя	8 недель	1 1/3 недели	2 2/3 недели	8 недель
02.02 – 05.04	06.04 – 12.04	13.04 – 07.06	08.06 – 17.06	18.06 – 05.07	06.07 – 31.08

Таблица 4 – Годовой календарный график учебного процесса студентов II курса

1 семестр	Сессия	2 семестр	Сессия	Каникулы
8 недель	1 неделя	9 недель	2 недели	2 недели
01.09 – 26.10	27.10 – 02.11	03.11 – 04.01	05.01 – 18.01	19.01 – 01.02
Практика	ИГА	Практика	ИГА	Каникулы
12 недель	1 неделя	4 недели	5 недель	8 недель
02.02 – 26.04	27.04 – 03.05	04.05 – 31.05	01.06 – 25.07	06.07 – 31.08

Проектирование бюджета времени и учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент» выполнено в соответствии с требованиями ФГОС ВО, рекомендациями примерной образовательной программы и Методическими рекомендациями по разработке образовательных программ бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» Учебно-методического объединения вузов по образованию в области менеджмента (ГУУ).

6.2. Учебный план образовательной программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

Учебный план по направлению подготовки магистра 38.04.02 «Менеджмент» для профиля «Стратегический менеджмент» и доминирующего видов профессиональной деятельности магистра – «Организационно-управленческая», «Аналитическая», «Научно-исследовательская» в формате трудоемкости в зачетных единицах представлен в Приложении 1 данной ОП.

Учебный план по направлению подготовки магистра 38.04.02 «Менеджмент» для профиля «Стратегический менеджмент» и доминирующего видов профессиональной деятельности магистра – «Организационно-управленческая», «Аналитическая», «Научно-исследовательская» в формате трудоемкости в академических часах представлен в Приложении 2 данной ОП.

Учебный план составлен с учетом общих требований к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированных в ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент» (магистратура) и отображает логическую последовательность освоения блоков образовательной программы по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент». В плане указана общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указан перечень базовых дисциплин по направлению подготовки «Менеджмент» (магистратура).

Перечень и последовательность дисциплин в вариативных частях сформированы с учетом рекомендаций соответствующей примерной образовательной программы ВО.

Для каждой дисциплины и практики указаны формы промежуточной аттестации.

Образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части по первому блоку дисциплин образовательной программы. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает Ученый совет ЧОУ ВО «Международный институт рынка».

Для каждой дисциплины, модуля, практики указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями государственных органов федерального и регионального уровня, органов муниципального управления, общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

Максимальный объем учебных занятий магистрантов составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению образовательной программы и факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к образовательной программе и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении образовательной программы ВО магистратуры составляет 16 академических часов. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они составляют не менее 45% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют не более 30% аудиторных занятий.

В случае реализации образовательной программы магистратуры в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 N 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Анализ приложений 1 и 2 показывает:

учебный план соответствует структуре ОП ВО, представленной в разделе 5;

учебный план содержит дисциплины по выбору в объеме 32,6% вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)», что соответствует критериальному значению ФГОС ВО;

удельный вес занятий лекционного типа в целом по блоку 1 «Дисциплины (модули)» составляет 29,07 % аудиторных занятий, что соответствует критериальному значению ФГОС ВО;

удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 45,78% аудиторных занятий;

максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении ООП по очной форме обучения составляет 16 академических часов.

Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет не менее 8 недель (в том числе не менее двух недель в зимний период).

6.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

В рабочих программах учебных дисциплин четко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент».

Содержание образовательной программы в части учебных дисциплин отражается в форме аннотаций. Аннотации служат основанием для разработки программ учебных дисциплин и практик.

Аннотация дисциплины имеет следующую структуру:

- цели и задачи дисциплины;
- требования к уровню освоения содержания дисциплины, содержащие информацию о компетенциях бакалавра, сформированных в процессе изучения дисциплины, а также проектируемые результаты в формате «знать, уметь, владеть»;
- содержание дисциплины, основные разделы.

Аннотации разрабатываются или на основании рекомендованных, или самостоятельно. Содержание образовательной программы в форме аннотаций представлено в Приложении 3.

6.4. Программы учебной и производственной практики

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент» (магистратура) блок образовательной программы «Практики» является обязательным.

Практики представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся, закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Аннотация практики имеет следующую структуру:

- цели и задачи практики;
- требования к уровню освоения содержания практики, содержащие информацию о компетенциях магистра, сформированных в процессе прохождения практики, а также проектируемые результаты в формате «знать, уметь, владеть»;
- содержание дисциплины, основные разделы.

Аннотации разрабатываются или на основании рекомендованных или самостоятельно. Аннотации практик представлены в Приложении 4.

7. Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы магистратуры по направлению «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

ЧОУ ВО «МИР» и кафедры, осуществляющие реализацию образовательной программы, располагают материально-технической базой, необходимой для проведения всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации образовательной программы перечень материально-технического обеспечения включает:

- учебные кабинеты: информатики, информационных технологий, лингафонные;
- специализированные компьютерные классы для анализа и обработки данных.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося рабочим местом с выходом в сеть Интернет в компьютерном классе или через персональные компьютеры кафедр в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, оснащен пятью стационарными компьютерными классами, по 16 рабочих мест в каждом, и двумя мобильными компьютерными классами, по 20 ноутбуков в каждом. Мобильный компьютерный класс может быть развернут в любой учебной аудитории института в соответствии с расписанием занятий.

Все стационарные рабочие места и ноутбуки объединены в единую компьютерную сеть с возможностью доступа к внутренним образовательным и информационным ресурсам института. Со всех стационарных и мобильных компьютеров имеется доступ в сеть Internet. Во время аудиторных занятий и на самостоятельной подготовке студенты имеют возможность воспользоваться информационными ресурсами сети Internet для выполнения заданий и проведения исследовательских работ.

Все стационарные компьютеры удовлетворяют современным требованиям и позволяют запускать все необходимое для обучения программное обеспечение. Все программное обеспечение, используемое в учебном процессе, лицензировано в рамках коммерческих или академических учебных программ. На компьютерах установлены операционные системы Windows и защитное программное обеспечение Антивирус Касперского.

Используемое в учебном процессе и установленное на компьютерах бизнес-программное обеспечение: MicrosoftOffice, OpenOffice, 1С:Предприятие версий 7.7 и 8, ProjectExpert, VMwareWorkstation, Семейство продуктов IBM Rational, SPSS, БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс, Альт-Инвест, Компас 3D, BusinessStudio, DIRECTUM, ЭОС ДЕЛО, FoxManager. Также установлены среды разработки: JetBrainsPhpStorm, FreePascal/Lazarus.

В рамках академического соглашения с компанией Microsoft в компьютерных классах развернуто программное обеспечение: MicrosoftProject, MicrosoftDynamics AX, MicrosoftVisio.

Со всех компьютеров стационарных и мобильных компьютерных классов имеется доступ к ежедневно обновляемым справочно-правовым системам Консультант Плюс и ГАРАНТ, установленным в сети института, а также к библиотечной системе МАРК-SQL.

В учебном процессе используются активные, интерактивные и другие инновационные формы проведения занятий, способствующих формированию профессиональных компетенций выпускников магистерской программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент».

Конкретизация ресурсного обеспечения образовательной программы по каждой дисциплине учебного плана осуществлена в рабочих программах учебных дисциплин и практик.

Квалификация привлекаемых к обучению научно-педагогических кадров, учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса соответствуют требованиям ФГОС ВО подготовки магистров.

8. Социокультурная среда, необходимая для развития общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

Внеучебная работа является важнейшей составляющей качества подготовки и осуществляется с целью формирования сознательной гражданской позиции, стремления к сохранению и приумножению нравственных, культурных и общечеловеческих ценностей, также выработки навыков конструктивного поведения в новых экономических условиях, общекультурных компетенций выпускников (компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления и др.)

Для формирования социо-культурной среды в МИРе разработана Концепция воспитательной работы института в условиях реализации Федеральных государственных образовательных стандартов для создания полноценного комфортного социального пространства, гармоничного развития личности молодого человека, становления грамотного профессионала.

Работа по формированию социо-культурной среды ведется в соответствии с семестровыми календарными планами по таким основным направлениям как творческое, интеллектуальное, гражданское и патриотическое, спортивно-оздоровительное, трудовое.

Студенты МИРа принимают участие в общеинститутских, межвузовских, городских и областных мероприятиях. Прежде всего, это организация и проведение традиционных праздников «Посвящения в студенты», фестиваль «Студвесна», проведение концертов для школьников г. Самара и Самарской области.

Из значимых мероприятий можно отметить Студдебют, выборы президентов курсов, Мисс МИРа, совместные встречи с американскими студентами, чемпионат МИРа по интеллектуальному многоборью, Чемпионат МИРа по спортивному многоборью, Дни открытых дверей.

В институте существует Хоккейный клуб «Миротворец».

Студенты МИРа организуют молодежный форум «Школьное самоуправление. Пути развития», в котором принимают участие более 100 школ г. о. Самара и области.

В МИРе проводятся экологические акции, например по сбору макулатуры.

Успешно работает студенческое научное общество, студенты МИРа занимают призовые места на олимпиадах самого высокого уровня.

Воспитательная работа имеет важное значение при формировании социокультурной среды. Воспитательная работа в институте базируется на деятельности кураторов, руководимыми заместителями деканов по воспитательной работе. Основные направления этой деятельности – повышение мотивации студентов к обучению, индивидуальная работа со студентами и их родителями, сотрудничество со студенческим самоуправлением, организация участия студентов в массовых мероприятиях. Кураторы помогают многим студентам включиться в студенческую жизнь института, преодолеть трудности в учебе.

Для повышения эффективности работы студенческого самоуправления было принято решение создать Студенческий совет, в который вошли: члены студенческого самоуправления, избранные президенты всех курсов и факультетов, а также выборные представители клубов, объединений по интересам, творческих групп.

Приоритетными направлениями внеучебной работы в ЧОУ ВО МИР являются:

- Сохранение, развитие и приумножение традиций ВУЗа. Организация поддержки творческой инициативы у студентов: создание творческих коллективов, организация культурно-массовых и спортивных мероприятий.
- Развитие системы студенческого самоуправления.
- Развитие системы информационного обеспечения: оформление информационных стендов, выпуск студенческого журнала, поддержка студенческого Интернет-форума и др.
- Организация трудовых студенческих отрядов по различным видам деятельности: волонтерские, строительные и пр.
- Организация выездных и стационарных студенческих лагерей актива.
- Работа со студентами в рамках воспитания патриотизма и активной гражданской позиции.
- Развитие системы социальной помощи студентам.
- Формирование и развитие системы поощрения студентов.

Реализуется проектная деятельность, в которой генераторами идей являются студенты, а отдел по воспитательной работе, способствует привлечению административного ресурса для успешного воплощения идей.

Успешная реализация внеучебных проектов вуза достигается благодаря тому, что именно студенты являются непосредственными авторами и исполнителями данных проектов. Грамотно организованное социальное пространство не только позволяет раскрыть и расширить способности молодого специалиста, но и использовать уникальный опыт проектной деятельности после окончания ВУЗа.

9. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы

9.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценка качества освоения обучающимися образовательной программы в соответствии с ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки и Типовым положением о вузе включает текущий и промежуточный контроль академических, исследовательских и практических достижений обучающихся и степень формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а так же уровня формирования компетенций содержатся в учебно-методических комплексах дисциплин, практик и семестровой научно-исследовательской работы.

Текущий контроль знаний студентов имеет многообразные формы:

- устный опрос;
- реферирование текстов;
- тестирование;
- контрольные работы;
- защита лабораторных работ;
- письменные домашние задания;
- коллоквиумы;
- доклады по отдельным темам изучаемых дисциплин;
- защита рефератов;
- деловые игры и т.д.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме:

- защиты курсовых работ и проектов;

- зачетов (в том числе в виде тестов);
- экзаменов (в том числе в виде тестов).

Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а так же уровня формирования компетенций содержатся в рабочих программах учебных дисциплин и практик.

9.2. Итоговая государственная аттестация

Итоговая государственная аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Целью итоговой государственной аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Итоговая государственная аттестация включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

К итоговой государственной аттестации допускаются лица, успешно освоившие в полном объеме образовательную программу по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент», разработанную в соответствии с ФГОС ВО.

Государственный экзамен по направлению проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов и должен, наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные ФГОС по направлению «Менеджмент».

Государственный экзамен носит комплексный характер и проводится по соответствующим программам, охватывающим широкий спектр фундаментальных вопросов подготовки направления.

Выпускные квалификационные работы выполняются в форме магистерской диссертации.

Требования к содержанию, объему и структуре ВКР, а также требования к содержанию и процедуре проведения государственного экзамена изложены в нормативных документах ЧОУ ВО МИР и соответствуют требованиям ФГОС ВО.

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику Института присваивается соответствующая квалификация (магистр) и выдается диплом государственного образца.

10. Список разработчиков образовательной программы

Д.э.н., профессор, руководитель образовательной программы Дровяников В.И.

Д.э.н., профессор кафедры менеджмента Герасимов Б.Н.

К.э.н., доцент кафедры менеджмента Горбунова О.А.

К.э.н., доцент кафедры менеджмента Сталькина У.М.

Образовательная программа рекомендована к утверждению на заседании Ученого совета факультета

Согласовано с учебно-методическим управлением

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Международный институт рынка»

УТВЕРЖДАЮ

Квалификация (степень) – магистр
 Нормативный срок обучения – 2 года

Ректор _____
 « ____ » _____

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки бакалавра по направлению

38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

(трудоемкость в зачетных единицах)

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Трудоем- кость в зачетных единицах	Распределение по семестрам								Форма промежуточной аттестации (по семестрам)			
			1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	5-й семестр	6-й семестр	7-й семестр	8-й семестр	К/Р, К/П	Зачет	Зачет с оцен- кой	Экза- -мен
			Количество недель											
			7 2/3	9	9	8	8	9	12	10				
1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Блок 1. Дисциплины (модули)		64	10	11	10	11	10	12						
	Базовая часть	18	10	6				2						
1	Методы исследований в менеджменте	3		3										X
2	Персональный менеджмент	2	2									X		
3	Практические навыки проведения презентаций	2						2				X		
4	Иностранный язык для делового общения	2	2									X		

5	Методы принятия управленческих решений	3		3									X	
6	Управленческая экономика	3	3											X
7	Управленческая деятельность	3	3											X
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента	46		5	10	11	10	10						
1	Управленческий учет	3			3							X		
2	Современный стратегический анализ	4			4						К/П			X
3	Корпоративные финансы	3		3										X
4	Организационное поведение	3			3							X		
5	Стратегия управления человеческими ресурсами	3				3								X
6	Система сбалансированных показателей	3					3							X
7	Управление инновационным развитием предприятия	2					2					X		
8	Управление изменениями в процессе реализации стратегии	3						3						X
9	Методы оценки конкурентоспособности организации	2					2					X		
10	Информационные системы в стратегическом управлении	3						3				X		
11	Методы управленческого контроля реализации стратегии	2						2				X		
12	Организационная культура	2		2								X		
	Этика делового общения													
13	Конкурентные стратегии	2				2						X		
	Стратегии ведения конкурентной борьбы													
14	Корпоративные стратегии	2				2								X
	Стратегии развития современной организации													
15	Производственные стратегии	2				2						X		
	Операционные стратегии													

16	Маркетинговые стратегии	2				2						X		
	Рыночные стратегии													
17	Финансовые стратегии	3					3					X		
	Финансовый менеджмент													
18	Бизнес-планирование деятельности современной организации	2						2				X		
	Разработка бизнес-стратегии													
Блок 2. Практика и (или) научно-исследовательская работа		47	3	4	4	7	3	2	18	6				
1	Научно-исследовательская работа	22	3	4	4	3	3	2	3			X		
2	Организационно-управленческая практика	4				4						X		
3	Научно-исследовательская практика	15							15			X		
4	Преддипломная практика	6								6		X		
Блок 3. Итоговая государственная аттестация		9								9				
Всего:		120	13	15	14	18	13	14	18	15				

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Международный институт рынка»

УТВЕРЖДАЮ

Квалификация (степень) – магистр
 Нормативный срок обучения – 2 года

Ректор _____
 « ____ » _____

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки бакалавра по направлению

38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический менеджмент»

(трудоемкость в часах)

№ п/ п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Трудоемкость в часах				Распределение по семестрам часов аудиторных занятий в неделю								Форма промежуточной аттестации (по семестрам)			
		Общая	Семестровая аудиторная	Семестровая самостоятельная	Экзамен	1-й семестр	2-й семестр	3-й семестр	4-й семестр	5-й семестр	6-й семестр	7-й семестр	8-й семестр	К/Р, К/П	Зачет	Зачет с оценкой	Экзамен
						Количество недель											
						7 2/3	9	9	8	8	9	12	10				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Блок 1. Дисциплины (модули)		2304	578	1402	324	360	396	360	396	360	432						
	Базовая часть	648	152	388	108	360	216				72						
1	Методы исследований в менеджменте	108	16	56	36		108										X
2	Персональный менеджмент	72	16	56		72									X		
3	Практические навыки проведения	72	16	56							72				X		

	презентаций																
4	Иностранный язык для делового общения	72	16	56		72									X		
5	Методы принятия управленческих решений	108	32	76			108									X	
6	Управленческая экономика	108	24	48	36	108											X
7	Управленческая деятельность	108	32	40	36	108											X
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента	1656	426	1014	216		180	360	396	360	360						
1	Управленческий учет	108	32	76				108							X		
2	Современный стратегический анализ	144	32	76	36			144						K/ П			X
3	Корпоративные финансы	108	32	40	36		108										X
4	Организационное поведение	108	28	80				108							X		
5	Стратегия управления человеческими ресурсами	108	32	40	36				108								X
6	Система сбалансированных показателей	108	28	44	36					108							X
7	Управление инновационным развитием предприятия	72	24	48						72					X		
8	Управление изменениями в процессе реализации стратегии	108	24	48	36						108						X
9	Методы оценки конкурентоспособности организации	72	16	56						72					X		
10	Информационные системы в стратегическом управлении	108	26	82							108				X		
11	Методы управленческого контроля реализации стратегии	72	16	56							72				X		
12	Организационная культура	72	16	56			72								X		
	Этика делового общения																
13	Конкурентные стратегии	72	16	56					72						X		
	Стратегии ведения конкурентной борьбы																
14	Корпоративные стратегии	72	16	20	36				72								X
	Стратегии развития современной																

	организации																
15	Производственные стратегии	72	16	56					72						X		
	Операционные стратегии																
16	Маркетинговые стратегии	72	16	56					72						X		
	Рыночные стратегии																
17	Финансовые стратегии	108	24	84						108					X		
	Финансовый менеджмент																
18	Бизнес-планирование деятельности современной организации	72	32	40							72				X		
	Разработка бизнес-стратегии																
Блок 2. Практика и (или) научно-исследовательская работа		1692				108	144	144	252	108	72	648	216				
1	Научно-исследовательская работа	796				108	144	144	108	108	72	108			X		
2	Организационно-управленческая практика	144							144						X		
3	Научно-исследовательская практика	540										540			X		
4	Преддипломная практика	216											216		X		
Блок 3. Итоговая государственная аттестация		324											324				
Общая трудоемкость ОП		4320	578	2734	324	468	540	504	648	468	504	648	540				
Число аудиторных часов в неделю в семестре						15,6	15,2	14,6	16	15,4	14,9						

АННОТАЦИИ**Рабочих программ дисциплин ОП по направлению подготовки 38.04.02
«Менеджмент» уровень «Магистр», профиль «Стратегический менеджмент»****Аннотация программы учебной дисциплины «Методы исследований в менеджменте»****1. Цели и задачи дисциплины**

Цель курса: подготовка специалистов, владеющих специальными знаниями и умениями, необходимыми для решения профессиональных задач в области формирования деятельности и структур предприятия.

Задачи курса:

- понимание роли, места и назначения подбор и использование методов исследований в менеджменте в рамках системы управления предприятия;
- оценка целесообразности построения основных процессов менеджмента предприятия;
- определение последовательности построения менеджмента и выявления возможных источников повышения эффективности управленческой деятельности предприятия;
- определение наиболее целесообразных направлений использования методов исследований в менеджменте и деятельности предприятия.
- исследование инновационного потенциала будущей деятельности предприятия.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Методы исследований в менеджменте» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-3, ПК-4, ПК-7.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные этапы процессы использования методов исследований в менеджменте, особенности получения возможных результатов, а также направлений стратегического развития структуры менеджмента и других элементов промышленного предприятия;
- принципы построения и перестроения процессов благодаря использованию методов исследований в менеджменте в рамках системы управления производством;
- основополагающие возможности использования методов исследований в менеджменте в рамках системы управления производством;
- важнейшие составные части модели построения процессов с использованием методов исследований в менеджменте в рамках систем управления производством в различных отраслях;
- социально-экономическую сущность формирования организационной структуры и других элементов системы управления производственного предприятия;
- особенности и закономерности теоретического, методологического и практического обеспечения использования методов исследований в менеджменте для поиска новых направлений стратегического развития производственного предприятия;
- влияние менталитета и культуры России на использование различных методов исследований в менеджменте на управленческие и производственные процессы, выполняемые на предприятии.

Уметь:

- свободно оперировать понятиями дисциплины «Методы исследований в менеджменте», систематически излагать мысли, доказывать и опровергать, уметь вести дискуссию, полемику в рамках предметной области;
- определять методы исследований в менеджменте для моделирования различных процессов предприятия, используя их доминирующие концепции, технико-технологическую основу и полезность для данного предприятия;
- определять в понятиях ценностную сущность методов исследований в менеджменте для использования в различных управленческих процессах;
- обосновывать содержание отдельных этапов построения процессов на основе использования методов исследований в менеджменте в рамках системы управления предприятием;
- определять на основе использования методов исследований в менеджменте совокупность новых компонентов структуры и других элементов управленческих и производственных процессов предприятия для последующего построения новых управленческих процессов;
- применять методы исследований в менеджменте в рамках методологии построения процессов организационных структур для разработки технологий процессов предприятия.

Владеть:

- целостным представлением о совокупности методов исследований в менеджменте для практического использования на предприятиях;
- методикой выполнения отдельных этапов использования методов исследований в менеджменте для нормирования, планирования, организации, анализа, учета, контроля и последующего регулирования отдельных процедур на предприятии;
- методами мышления, деятельности и коммуникаций и методологическим инструментарием для исследования необходимости построения процессов управления в рамках конкретного предприятия;
- процессами творческого переосмысления существующих методов исследований в менеджменте в рамках предприятия, для выявления противоречий, формулирования и решения проблем и задач построения процессов управления;
- методологией понимания технологических процессов, выполняемых с использованием методов исследований в менеджменте в рамках построения процессов и структур на предприятии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Характеристика научной деятельности

Плюрализм научного мнения. Коммуникации в науке. Внедрение результатов научного исследования. Нормы научной этики. Принципы научного познания. Эпохи развития науки

Тема 2. Средства научного исследования

Виды средств познания: материальные, математические, логические, информационные, языковые. Теоретические методы научного исследования: эмпирические, теоретические

Тема 3. Измерения в научных исследованиях

Проблемы точности измерения. Понятие шкал измерений. Классификация шкал измерений. Характеристика шкал измерений: наименование, порядковая, интервалов, отношений

Тема 4. Эмпирические методы в научных исследованиях

Эмпирические методы. Обследование. Внешнее обследование. Мониторинг. Эксперимент. Наблюдение. Опрос. Тестирование
Тема 5. Опыт в научных исследованиях

Понятие опытной работы. Условия опытной работы. Критерии передового опыта: новизна, высокая результативность, соответствие современным достижениям науки, стабильность, оптимальность

Тема 6. Стратегии экспериментального исследования

Понятие эксперимента. Классификация экспериментов. Эксперименты, осуществляемые методом «проб и ошибок». Эксперименты на основе замкнутого алгоритма. Эксперименты с помощью метода «черного ящика», приводящие к заключениям от знания функции к познанию структуры объекта, Эксперименты с помощью «открытого ящика», позволяющие на основе знания структуры создать образец с заданными функциями

Аннотация программы учебной дисциплины «Персональный менеджмент»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: предоставить необходимые знания и сформировать навыки организации рабочего времени и места, построения иерархии взаимоотношений с учетом возможностей делегирования полномочий и учета различных аспектов корпоративной социальной ответственности.

Задачи курса: овладение приемами и методами самоуправления, рационализации собственного труда, техникой убеждения, навыками повышения своей работоспособности. Овладение этими приемами позволит быстрее достигнуть профессиональных жизненных целей, получить высокие результаты труда и удовлетворение от выполняемой работы, эффективно организовать личный труд и труд подчиненных.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Персональный менеджмент» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-1, ОК-3.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- особенности организации и самоорганизации;
- принципы самоорганизации;
- приемы планирования рабочего времени и места;
- правила делегирования полномочий;
- основные методы оценки эффективности труда;
- стандарты в области управления;
- теории наставничества и лидерства;
- возможности эффективного использования современных социальных технологий;
- алгоритмы управления конфликтами и стрессами, участия в посреднической, социально-профилактической и консультационной деятельности.

Уметь:

- организовать свое рабочее время и место;
- выстроить иерархию взаимоотношений;
- учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности;
- определять и внедрять корпоративные стандарты в области управления;

- проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения;
- разрабатывать и эффективно внедрять проекты совершенствования системы и технологий управления;
- организовать труд подчиненных;
- анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения;
- поддерживать комфортный морально-психологический климат в компании и эффективную организационную культуру;
- выбирать направление деятельности исходя из уровня компетентности и задач развития, видеть задачу целиком;
- систематизировать информацию для достижения поставленной цели;
- предупреждать синдромы профессиональной деформации и профессионального выгорания.

Владеть:

- навыками внедрения кадровой и социальной политики организации;
- навыками планирования рабочего времени и места;
- навыками совершенствования системы и технологий управления, проведения совещаний, делегирования полномочий;
- знаниями нормативно-правовых аспектов управленческой деятельности и навыками постановки системы управления в компании;
- навыками наставничества и лидерства;
- навыками разработки и эффективного использования современных социальных технологий;
- навыками разработки и внедрения планов экономического и социального развития организации;
- навыками организации управления конфликтами и стрессами, участия в посреднической, социально-профилактической и консультационной деятельности по управлению конфликтами и стрессами.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Сущность и содержание персонального менеджмента

Искусство и наука управления. Приемы персонального менеджмента.

Практические навыки менеджера.

Тема 2. Организация и проведение совещаний

Понятие совещания в организации. Этапы подготовки к проведению совещания.

Правила проведения совещания. Понятие публичных выступлений. Формирование интереса аудитории. Презентация как элемент публичного выступления. Самопрезентация.

Тема 3. Управление личной карьерой

Значение постановки целей. Технология поиска жизненных целей

Целеполагание и планирование карьеры. Самомаркетинг. Управление профессиональной карьерой.

Тема 4. Управление временем. Время руководителя и принципы его эффективного использования

Значение фактора времени. Типичные ошибки руководителей. Принципы эффективного использования времени. Методы учета и анализа использования времени руководителя. Техника планирования личного времени руководителя.

Тема 5. Делегирование полномочий

Основы делегирования полномочий. Основные цели и ситуации делегирования.

Преимущества и недостатки делегирования.

Тема 6. Рабочее место и информационное обеспечение работы менеджера

Планировка рабочих мест и их техническое оснащение. Организация рабочего места. Значение и роль информации в работе менеджера. Виды служебных документов. Организация работы с документами.

Аннотация программы учебной дисциплины «Практические навыки проведения презентаций»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: обучить современным технологиям подготовки и проведения деловых презентаций и публичных выступлений, отработать коммуникации на всех ключевых этапах, сформировать практические навыки самостоятельной подготовки личных презентаций и навыки применения методик эффективной подготовки и проведения деловых презентаций, совещаний и дискуссий.

Задачи:

- Развить умения подготовки к презентациям и публичным выступлениям.
- Научить эффективным способам взаимодействия с аудиторией в ходе выступления.
- Совершенствовать индивидуальные стили выступления.
- Развитие навыков выступления в рутинных, повседневных ситуациях
- Обучить методикам эффективной подготовки выступления на презентации или совещании длительностью от нескольких минут до часа и навыкам, способствующим продвижению на рынке себя, услуги/продукта, компании.
- Сформировать понятие эффективных способов подготовки к презентации и выступлению.
- Развить и закрепить практические навыки подготовки презентаций и взаимодействия с аудиторией.
- Выработать эффективные приемы взаимодействия со «сложными» собеседниками в процессе выступления, навыки позитивного эмоционального контакта с «проблемными» слушателями.
- Выработать способы минимизации стрессового воздействия при подготовке и проведении выступления.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Практические навыки проведения презентаций» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-1, ПК-8.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- грамматику и лексику языка;
- основные элементы коммуникации;
- сферу применения навыков презентации;
- структуру и цели презентации;
- основные принципы наглядности и доступности;
- этапы подготовки сценария и плана презентации;
- характеристики и составляющие собственного имиджа;
- психологические свойства и характеристики различных аудиторий;
- лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации.

Уметь:

- использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях и работе с международной документацией;
- осуществлять систематический анализ иноязычной научной и технической информации по соответствующему профилю;
- свободно читать и понимать зарубежные первоисточники по своей специальности и извлекать из них необходимые сведения;
- оформлять извлечённую информацию в удобную для пользования форму в виде аннотаций, переводов, рефератов и т.п.;
- применять модель «информирование-влияние»;
- применять модель «информирование-влияние»;
- моделировать эмоциональные состояния слушателей;
- подготавливать коммуникационный процесс в логике «AIDA»;
- технологично подготавливать презентацию;
- соблюдать оптимальную длительность выступления и баланс времени;
- подготавливать демонстрационные материалы;
- вести беседу на иностранном языке, связанную с научной работой и повседневной жизнью.

Владеть:

- языком и стилем в ситуации делового взаимодействия;
- невербальными, паравербальными и вербальными каналами коммуникации;
- навыками работы с профессиональной документацией;
- навыками подготовки и проведения публичных выступлений, презентаций;
- инструментами осуществления антикризисной коммуникации и адаптации сотрудников к кризисным условиям;
- вниманием и ожиданиями аудитории и использовать особенности мотивации аудитории.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Организация и проведение совещаний

Понятие совещания в организации. Этапы подготовки к проведению совещания. Пространство для совещаний. Роли участников совещания. Фасилитация. Правила проведения совещания. Завершение совещания.

Тема 2. Техника публичных выступлений

Способы управления собеседником. Основные правила убеждения. Основы ораторского мастерства. Самоанализ качества выступления. Виды убеждающих воздействий. Понятие публичных выступлений. Виды публичных выступлений. Этапы публичного выступления. Подготовка к выступлению. Использование невербальных коммуникаций. Формирование интереса аудитории.

Тема 3. Презентация как элемент публичного выступления

Понятие презентации. Необходимость презентации в современных организационных условиях. Подготовка к презентации. Этапы презентации. Правила эффективной презентации. Использование аудиальных и визуальных эффектов. Эффективность презентации. Самопрезентация. Ключевые моменты эффективной презентации.

Тема 4. Приемы и методы подготовки к презентации и выступлению

Подготовка презентации: особенности содержательной разработки текста и ответов на потенциальные вопросы. Принципы эффективной организации пространства выступления. Использование наглядных материалов. Возможности и ограничения использования вспомогательных технических средств.

Тема 5. Взаимодействие с аудиторией: установление и поддержание продуктивного контакта

Принципы построения диалога со слушателями. Приемы привлечения и удержания внимания, способы убеждающего воздействия. Особенности невербального поведения для построения эффективного взаимодействия с большой аудиторией: позы, мимика, жестикация. Паравербальные характеристики голоса: приемы и методы голосовой настройки. Финал выступления: продуктивное завершение взаимодействия. Использование опыта состоявшихся выступлений для корректировки и совершенствования последующих презентаций.

Тема 6. Управление собственными эмоциями в ходе выступления: психологическая «самонастройка» и преодоление волнения

Использование внутренних личностных ресурсов как способ повышения профессиональной компетентности при публичных выступлениях. Эмоциональность и ее влияние на успех презентации. Краткое представление о типологии: что нужно знать о себе, чтобы эффективно взаимодействовать с окружающими. Основы стресс-менеджмента: техники самопрофилактики и противостояния стрессу при подготовке и проведении публичных выступлений.

Тема 7. Искусство подачи информации

Элементы эффективной презентации и воздействия на слушателей: голос, язык жестов, отношение. Концепция делового общения и модель «отправитель-получатель». Владение собой. Дыхание и дикция. Первое впечатление. Способы подачи информации. Дизайн. Практическое упражнение: презентация с видеозаписью.

Тема 8. Подведение итогов и повторение

Ключевые элементы проведения успешной презентации. Обратная связь. Ресурсы совершенствования навыков.

Аннотация программы учебной дисциплины «Иностранный язык для делового общения»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью курса является повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования; овладение магистрантами достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения коммуникативных задач в области культурной и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами.

В рамках формирования названных компонентов необходима реализация следующих задач:

- овладение способностью самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения;
- развитие способности использовать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и находить пути их достижения в условиях формирования и развития информационного общества;
- развитие навыков межкультурной коммуникации, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;

- расширение словарного запаса и формирование терминологического аппарата на иностранном языке в пределах профессиональной сферы.
- развитие навыков использования электронных словарей, иноязычных ресурсов в сети Интернет.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Иностранный язык для делового общения» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-1.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на профессиональном уровне;
- лексический минимум иностранного языка профессионального характера;
- грамматические основы, обеспечивающие коммуникацию общего и профессионального характера без искажения смысла при письменном и устном общении.

Уметь:

- использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- общаться с зарубежными коллегами на одном из иностранных языков, осуществлять перевод профессиональных текстов;
- вести плодотворную деятельность по изучению и творческому осмыслению зарубежного опыта в профилирующих и смежных областях науки, а также в сфере профессиональной коммуникации.

Владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Модуль 1. История и структура компании

Тема 1. История компании

Формирование коммуникативных компетенций по теме «История компании». Развитие учебно-познавательных компетенций в рамках работы со словарями, учебными материалами, аудио и видео компонентами. Развитие продуктивных навыков письма в формате написания коротких личных электронных писем и представления личной информации.

Тема 2. Структура организации

Формирование навыков монологической и диалогической речи по теме «Структура компании». Развитие навыков изучающего чтения. Способы выражения сравнения и противопоставления.

Тема 3. Презентация продукции компании

Развитие навыков монологической речи по теме.

Развитие продуктивных навыков письма в формате написания рекламного объявления.

Тема 4. Прием на работу. Работа с клиентами

Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения по теме. Развитие навыков монологической и диалогической речи по теме. Способы выражения суждений «за» и «против». Развитие продуктивных навыков письма в формате составления резюме. Развитие навыков просмотра видеофильмов.

Грамматика

Повторение тем: Present Simple. There is (are). Present Continuous. Past Simple. Past Continuous. Word order. Modal Verbs (1). Questions. Irregular verbs. I will and I'm going to. Present Perfect. Personal pronouns. Past Simple and Present Perfect Active. Past Perfect Active.

Фонетика

Словесное ударение (ударные гласные полнозначных слов и редукция гласных).

Лексика

Стилистически нейтральная наиболее употребительная лексика, относящаяся к широкому словарному составу профессионального языка. Сочетаемость слов. Наиболее распространенные разговорные формулы, клише.

Модуль 2. Современная экономика и эффективный менеджмент

Тема 5. Виды управления в различных организациях

Развитие навыков аудирования с пониманием основного содержания и выборочным извлечением информации на базе материалов «Виды управления в различных организациях». Развитие навыков монологической речи и изучающего чтения. Способы выражения своего мнения, совета. Развитие продуктивных навыков письма в формате написания деловых писем.

Тема 6. SWOT-анализ и решение проблем в организациях

Развитие навыков аудирования, монологической и диалогической речи и изучающего чтения. Способы выражения своего мнения, совета. Развитие продуктивных навыков письма в формате составления SWOT-анализа.

Тема 7. Продвижение продукта

Развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения по теме. Развитие навыков монологической речи (презентация) на базе тематически ориентированных текстов и аудиозаписей. Развитие продуктивных навыков письма в формате написания сценария рекламного ролика.

Грамматика

Повторение тем: Present and Past Simple Passive. Present and Past Continuous Passive. Present and Past Perfect Passive. Modal Verbs (2). So and such. Degrees of comparison of adjectives and adverbs. Countable and uncountable nouns. Noun+noun. Much, many, little, few. Reflexive pronouns. Any, some, no. Adjectives ending in -ing and -ed.

Фонетика

Одноударные и двуударные слова. Интонация стилистически нейтральной речи (повествование, вопрос). Закрепление правильной артикуляции.

Лексика

Основные речевые модели для передачи основного содержания текста. Связующие слова. Развитие навыков работы с англо-английскими словарями по специальности. Использование электронных словарей.

Аннотация программы учебной дисциплины «Методы принятия управленческих решений»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения курса – освоение теоретических и практических аспектов разработки и реализации управленческих решений в условиях фундаментальной трансформации основ хозяйствования в стране.

Основной задачей данного курса является формирование компетенций в области принятия эффективных управленческих решений в условиях неопределенности и риска. Кроме того, слушатели магистерской программы должны изучить:

- сущность и содержание процесса разработки и реализации управленческого решения;
- методологические основы разработки управленческих решений;
- организационные основы разработки управленческого решения;
- особенности разработки управленческих решений в условиях неопределенности и риска;
- методы анализа альтернативных решений;
- виды ответственности и методы контроля руководителей за разработкой и реализацией управленческих решений;
- методы оценки и повышения качества и эффективности управленческих решений.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Методы принятия управленческих решений» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-2, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность современных управленческих проблем;
- сущность и содержание стратегических управленческих решений;
- классификацию стратегических управленческих решений;
- модели, методологию и организацию процесса разработки стратегических управленческих решений;
- структуру внешней среды процесса разработки стратегических управленческих решений;
- приемы разработки и выбора антикризисных стратегических управленческих решений;
- условия и факторы качества и эффективности принятия стратегических управленческих решений;
- проблемы разработки и принятия антикризисных стратегических управленческих решений на основе информационных технологий.

Уметь:

- организовать процесс разработки и принятия стратегических управленческих решений;
- провести анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив стратегических управленческих решений;
- использовать приемы разработки и выбора стратегических управленческих решений в условиях неопределенности и риска;
- способами количественного обоснования принимаемых управленческих решений;
- навыками формирования аналитических материалов;
- осуществлять контроль и нести ответственность за принятие стратегических управленческих решений;
- оценить эффективность стратегических управленческих решений;
- применять информационные технологии для принятия стратегических управленческих решений.

Владеть:

- моделями и методами принятия стратегических управленческих решений;
- способами применения PEST- и SWOT-анализа при разработке стратегических управленческих решений;
- методикой уменьшения неопределенности и риска при разработке стратегических

управленческих решений.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Разработка управленческих решений как составная часть функций менеджмента

Понятие управленческого решения и процесса управления. Сущность и содержание управленческого решения, его функции в организации процесса управления. Формы разработки и реализации управленческих решений. Структура и содержание функций, процедур и операций при разработке управленческого решения. Системный подход в процессе разработки управленческих решений.

Тема 2. Процесс разработки рационального управленческого решения

Классификация управленческих решений. Отличительные особенности управленческих решений. Обыденные и административные решения. Принципы классификации управленческих решений. Типы управленческих решений и формы их поддержки. Уровни принятия решений.

Тема 3. Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения

Системный подход к РУР. Элементы системного подхода. Требования системного подхода. Целевая ориентация управленческих решений. Технологии РУР. Функции, процедуры и операции при РУР. Информационная сущность РУР. Организация разработки и выполнения управленческого решения. Модели и методы анализа и выбора альтернатив действий в процессе принятия управленческих решений.

Тема 4. Анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив

Типология систем, в которых принимаются и разрабатываются управленческие решения. Структура внешней среды процесса разработки и принятия управленческих решений. Анализ и классификация факторов внешней среды. Внешние связи города как системы. Факторы внешней среды муниципального образования.

Тема 5. Особенности разработки управленческих решений в условиях неопределенности и риска

Понятие неопределенности и риска. Влияние характеристик информации на неопределенности РУР. Экспертные оценки в процессе разработки управленческих решений. Влияние профессионализма персонала на неопределенности РУР. Методы уменьшения неопределенностей. Управленческие риски РУР. Классификация управленческих рисков. Методы уменьшения рисков. Страхование управленческих рисков.

Тема 6. Анализ альтернативных решений

Взаимодействие методов и моделей при РУР. Аналитические, статистические и математические методы. Активизирующие методы. Экспертные методы. Метод сценариев. Метод дерева решений.

Тема 7. Контроль и ответственность при реализации управленческих решений

Контроль реализации управленческих решений. Принципы построения эффективной системы контроля. Определение стандартов контроля. Характеристики эффективности контроля. Государственный контроль местного самоуправления. Сущность и виды ответственности руководителей при реализации управленческих решений. Виды ответственности. Ответственность органов и должностных лиц местного самоуправления.

Тема 8. Качество и эффективность управленческих решений

Понятие качества управленческого решения. Методы повышения качества управленческого решения. Понятие эффективности управленческого решения. Методы оценки и повышения эффективности управленческого решения. Методы поиска оптимальных решений.

Тема 9. Совершенствование процесса разработки и принятия управленческих решений на основе применения информационно-коммуникационных технологий

Автоматизированные средства поддержки управленческих функций и основные направления их развития. Типология информационно-коммуникационных технологий разработки и принятия управленческих решений. Системы поддержки принятия решений. Исполнительные информационные системы. Системы поддержки работы группы. Применение экспертных систем при разработке управленческих решений. Географические информационные системы. Технологии управления на базе ситуационных центров. Основные сферы применения информационно-коммуникационных технологий разработки управленческих решений в системе муниципального управления.

Тема 10. Оценка ответственности при разработке управленческих решений

Степень и мера ответственности. Виды ответственности. Внутрифирменная ответственность. Тайна и конфиденциальность.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управленческая экономика»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов умения использовать экономические понятия и методы анализа при выработке и принятии управленческих решений.

Задачи дисциплины:

теоретическое освоение студентами знаний, связанных с рыночным равновесием и неравновесием, поведением потребителя, выявление и формулирование актуальных научных проблем потребительского спроса, предложения и потребительского поведения;

исследование современных представлений о предпринимательстве, фирмах, издержках и прибыли;

приобретение практических навыков сбора, обработки и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений, анализ существующих форм организации управления, обоснование предложений по их совершенствованию;

моделирование основных типов экономических и управленческих решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению ограниченных ресурсов фирмы;

приобретение систематических знаний о закономерностях, правилах и процедурах формирования организационных структур управления и экономического механизма функционирования организаций, варианты их построения, достоинства и недостатки;

понимание механизма взаимодействия правительственных структур с бизнесом, определение воздействия этих структур на результативность деятельности коммерческих организаций.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управленческая экономика» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-3, ПК-5, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы экономических процессов, необходимые для принятия управленческих решений;
- модели поведения экономических агентов и рынков;
- методы оценки эффективности использования ресурсов.

Уметь:

- проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;
- принимать решения по оптимальному распределению ограниченных ресурсов между конкурирующими направлениями;
- определять необходимые экономические пропорции и соотношения в процессе управления деятельностью компании;
- готовить соответствующие аналитические обзоры.

Владеть:

- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Введение в управленческую экономику

Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки, занимающаяся проблемой принятия решения о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы. Ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины.

Тема 2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Оптимальное принятие решений. Транзакционные издержки. Гипотеза максимизации прибыли. Неэкономические цели фирмы. Социальная ответственность компаний. Типы риска: деловой и финансовый риск. Гипотеза максимизации благосостояния акционеров. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость. Прибыльность и выход фирмы на мировой рынок, международная конкуренция.

Альтернативные модели поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

Тема 3. Спрос и предложение. Показатели эластичности

Экономическая концепция эластичности. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения: дуговой эластичности и точечной эластичности. Различия, полезность дуговой эластичности в реальном бизнесе. Степени эластичности спроса. Факторы эластичности. Влияние эластичности на цену и размеры производства. Эластичность спроса на факторы производства. Эластичность в краткосрочных и долгосрочных периодах. Эластичность спроса и доход. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривой спроса. Перекрестная эластичность, товары – заменители и дополняющие (комплементарные) товары. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.

Тема 4. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде. Краткосрочный анализ валового, среднего и маржинального продукта. Три стадии производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства. Производственная функция в долгосрочном периоде. Возрастающий, постоянный и уменьшающийся эффект масштаба. Связь среднего и маржинального продукта.

Формы производственной функции, статистические методы их оценки. Значение производственных функций в принятии управленческих решений.

Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях. Первоначальная и восстановительная стоимость. Виды издержек: альтернативные и прямые, невозвратные и дополнительные. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Функция издержек в краткосрочном периоде, средние фиксированные издержки.

Функция издержек в долгосрочном периоде, связь между производством и издержками. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба.

Тема 5. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства в различных рыночных структурах

Конкуренция и типы рынка в экономическом анализе, значение конкуренции. Совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Принятие решений относительно цен и объема производства в условиях совершенной конкуренции, оптимальный уровень объема производства и оптимальный уровень цен.

Экономическая и нормальная прибыль. Убытки и остановка производства. Конкурентный рынок в долгосрочной перспективе.

Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.

Монополистическая конкуренция и олигополия, основные отличия. Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках. Неценовые факторы дифференцирования цен на товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии.

Стратегия, ее определение, основная задача, стоящая перед фирмами в условиях несовершенной конкуренции. Взаимосвязь стратегии и управленческой экономики.

Влияние ценовой дискриминации на благосостояние общества. Анализ картельных цен. Ценообразование, основанное на издержках. Метод ценообразования «издержки – плюс». Метод ценообразования по приросту. Анализ затрат. Мультипродуктное (ассортиментное) ценообразование. Трансфертные цены. Другие практики ценообразования.

Тема 6. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости. Чистая приведенная стоимость, ее калькуляция. Коэффициент окупаемости капиталовложений.

Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании.

Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей.

Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности.

Тема 7. Глобализация и управление многонациональной корпорацией

Глобализация, аргументы «за» и «против». Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.

Курс обмена валют. Хеджирование обменного курса. Компенсирующие сделки. Рынок по сделкам на срок. Фьючерсный рынок. Валютные опционы. Валютный СВОП.

Прямые заграничные капиталовложения. Многонациональный экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений.

Трансфертное ценообразование в многонациональных компаниях.

Тема 8. Проблемы правительственного вмешательства в рыночную экономику

Функции правительства в рыночной экономике. Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функция правительства в управлении ими.

Монетарная и фискальная деятельность государства.

Правительственное дерегулирование. Особенности процессов слияния (поглощения) на рынках, подверженных сильному дерегулированию со стороны правительства.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управленческая деятельность»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: ознакомить обучаемых с основными понятиями и методами управленческой деятельности, обеспечить теоретическую и практическую подготовку специалистов к деятельности, связанной с планированием и принятием управленческих решений, организацией выполнения задач, контроля и оценки эффективности действий персонала.

Задачи дисциплины – привить обучаемым навыки использования теории и практики управленческой деятельности в профессиональной деятельности и воспитать у обучаемых высокую культуру мышления, т.е. строгость, последовательность, непротиворечивость и основательность в суждениях, в том числе и в повседневной жизни.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управленческая деятельность» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-1, ОПК-3, ПК-1.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и методы в области управленческой деятельности;
- порядок выработки и реализации управленческих решений;
- состав системы управления и требования к ее элементам;
- содержание управленческой работы руководителя подразделения.

Уметь:

- оценивать эффективность управленческих решений и анализировать экономические показатели деятельности подразделения;
- осуществлять планирование и организацию работы рабочего коллектива при выполнении поставленных задач;
- разрабатывать, реализовывать, оценивать и корректировать процессы менеджмента.

Владеть:

- навыками обоснования, выбора, реализации и контроля результатов управленческого решения.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Основы управления подразделениями

Основы теории управления. Понятие управления. Законы управления. Принципы управления. Цели управления. Задачи управления. Функции управления. Методы управления. Содержание управления подразделениями. Сущность и содержание управления. Законы, принципы и требования к управлению подразделениями.

Тема 2. Функции процесса управления

Функции управления. Анализ данных обстановки. Выработка решения. Планирование работы. Организация управления, взаимодействия и всестороннего

обеспечения. Контроль выполнения решения. Управленческое решение. Понятие управленческого решения. Объективная сторона принятия управленческого решения. Субъективная сторона принятия управленческого решения. Обоснованность управленческого решения. Классификация управленческих решений. Организация выполнения решения. Выработка управленческих технических решений. Жизненный цикл сложной технической системы (СТС). Порядок выработки управленческих технических решений. Основы методологии системного анализа СТС и выработки управленческих технических решений

Тема 3. Система управления подразделениями

Состав и характеристики системы управления подразделениями. Понятие и состав системы управления. Органы (аппарат) управления. Пункты управления. Средства управления. Технические средства управления. Документы управления. Модель системы управления качеством. Управленческая деятельность руководителя. Сущность и содержание управленческой деятельности руководителя. Управленческий аппарат. Организация управленческой деятельности. Обобщенные задачи и функции руководителя.

Тема 4. Методы управления подразделениями

Кадровое планирование. Сущность и основные задачи кадрового планирования. Критерии отбора персонала. Комплексная оценка подчиненного персонала. Подбор персонала. Аттестация персонала. Формирование кадрового резерва. Планирование и организация коллективной деятельности.

Тема 5. Формирование качеств руководителя

Руководитель – центральная фигура в системе управления. Руководитель и его авторитет. Лидерство руководителя. Стили руководства. Влияние и власть руководителя. Формы власти. Карьера и карьерные процессы. Профессионально-должностное становление и развитие персонала. Организационная культура и этикет взаимоотношений. Определение культуры. Организационная культура. Духовная культура. Этикет взаимоотношений руководителя и подчиненного. Психологический климат в коллективе. Управленческая деятельность руководителя по предупреждению и разрешению конфликтов. Руководитель и конфликт. Основные типы конфликтов. Причины и последствия конфликтов. Противодействие возникновению конфликтов. Способы разрешения конфликта. Управленческая деятельность руководителя подразделения.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управленческий учет»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса – развитие и совершенствование у специалистов знаний и практических навыков по методологии и организации управленческого учета в организации, адаптации этих знаний и навыков к условиям конкретных предприятий и целей предпринимательства, особенностям каждого уровня управления.

В процессе изучения курса «Управленческий учет» необходимо решить следующие задачи:

- представление о методах калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг, стандарт-косте, нормативном учете затрат, директ-косте и особенностях их изменения в зависимости от масштабов и специфики деятельности организации;
- использование информации управленческого учета для принятия управленческих решений и оценки их эффективности.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управленческий учет» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-1, ПК-3, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность, особенности и критерии бухгалтерского управленческого учета; общие принципы его построения;
- методы и способы организации учета состояния и использования ресурсов предприятия в целях управления хозяйственными процессами и результатами деятельности;
- систему сбора, обработки и подготовки информации по предприятию и его внутренним подразделениям;
- проблемы, решаемые бухгалтерами-аналитиками в процессе реформирования информации, полезной для предприятия управленческих решений.

Уметь:

- использовать систему знаний о принципах бухгалтерского управленческого учета для систематизации данных о производственных затратах, оценке себестоимости производственной продукции и определения ее себестоимости и прибыли;
- решать на примере конкретных ситуаций проблемы оценки эффективности производства и сбыта новых изделий, работ, услуг, изменения объема и ассортимента продукции, капитальных вложений, управления затратами с помощью различного вида смет и систем бюджетирования.

Владеть:

- основными методами и технологиями, используемыми для получения, отбора и преобразования управленческой информации, получаемой в системе управленческого учета;
- владеть вышеуказанными методами и технологиями для решения практических задач.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Роль управленческого учета в системе управления организацией

Предмет и объекты управленческого учета. Сущность и содержание понятий расхода, дохода, затрат и издержек в управленческом учете. Различие между ними. Классификация систем управленческого учета. Классификация затрат в зависимости от целей управленческого учета. Зависимость величины затрат от объема производства и уровня использования производственных возможностей: постоянные, пропорциональные, прогрессирующие и дегрессирующие расходы.

Тема 2. Учет и распределение затрат по объектам калькулирования

Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции: попроцессный, позаказный, попередельный. Калькуляция себестоимости с полным распределением затрат и по переменным издержкам (директ-костинг).

Нормативный учет и стандарт-кост на базе полных затрат.

Тема 3. Определение безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия.

Состав постоянных и переменных затрат организации. Определение точки безубыточности и критического объема производства. Зона безопасности производства и факторы, влияющие на ее величину. Маржинальный доход и методы списания постоянных расходов.

Тема 4. Бюджетирование в системе управленческого учета

Понятие бюджета и бюджетирования. Классификация бюджетов. Методы составления и применения бюджетов. Контроль исполнения бюджетов.

Аннотация программы учебной дисциплины «Современный стратегический анализ»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование у магистров базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического анализа.

Задачи курса:

Формирование у магистров понимания сути стратегического управления предприятием, корпорацией и его составляющих.

Формирование у магистров целостной системы знаний в сфере стратегического анализа.

Подготовка магистров к использованию современных концепций стратегического анализа.

Создание у магистров практических навыков по использованию и обработке бизнес-информации при решении стратегических задач предприятий.

Формирование у магистров социально-ответственного подхода к формированию и исполнению стратегий.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Современный стратегический анализ» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы и терминологию курса;
- основные методы современного стратегического анализа;
- положения основных школ формирования стратегии;
- модели стратегического менеджмента;
- этапы и методы стратегического планирования;
- методы структурирования и методы анализа деловой среды;
- методы разработки стратегических планов и инвестиционных проектов;
- методы и организационные формы стратегического контроля;
- методы, организационные формы и технологии институализации и воплощения стратегических программ и планов предприятия, корпорации;
- специфику использования экономических методов управления;
- основные методы стоимостной оценки эффективности деятельности;
- технологии проведения диагностики и мониторинга организационного развития.

Уметь:

- осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;
- обрабатывать эмпирические и статистические данные;
- проводить количественное прогнозирование и моделирование управления организационными процессами;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений;
- формулировать цели, задачи и стратегии организации;
- выявлять тенденции, определенную логику в изменении внешнего окружения деловой среды;
- определять основные продукты, базовые рынки и принципиальные технологии в развитии организации, философию компании;
- в рамках намеченных функциональных стратегий формулировать политики;

- разрабатывать стратегические планы, инвестиционные проекты и стратегические программы развития предприятия, корпорации;
- использовать полученные знания для мобилизации внутренних и внешних ресурсов для реализации идей, задач и стратегий организации;
- учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- анализировать основные показатели деятельности и принимать соответствующее управленческое решение;
- выбирать направление деятельности, видеть задачу целиком, систематизировать информацию для достижения поставленной цели;
- оценивать воздействие макроэкономической среды и органов государственного (муниципального) управления на стратегию организации;
- определять задачи построения системы внутренних коммуникаций в соответствии со стратегическими целями;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки решений;
- оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) организации.

Владеть:

- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
- навыками количественного и качественного анализа;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- методикой анализа конкурентоспособности;
- методами экономического анализа и управленческого учета;
- навыками анализа технико-экономических показателей организации;
- навыками разработки и внедрения планов экономического и социального развития организации.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Процесс стратегического управления

Сущность стратегического подхода к управлению. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Концепция стратегического управления. Этапы развития корпоративного управления. Бюджетирование (30-40 годы). Долгосрочное планирование (50-60 г.). Стратегическое планирование (конец 60 г.), цель стратегического планирования. Понимание роли внешних факторов. Стратегическое управление (середина 70-х). Определение стратегического управления. Отличия между стратегическим планированием и стратегическим управлением. Стратегический маркетинг. История стратегического управления. Определение стратегии.

Роль и задачи менеджеров различных уровней в процессе стратегического управления. Три уровня стратегии. Корпоративный уровень. Бизнес-уровень. Операционный уровень. Принятие стратегических решений в условиях прогнозируемой нестабильности: концептуальные подходы и технологии снижения степени неопределенности. Классификация стратегий.

Непрерывный процесс стратегического управления. Пять задач стратегического управления. Формулировка стратегического видения и миссии компании. Постановка целей. Разработка стратегии. Внедрение и реализация стратегии. Оценка деятельности, анализ новых направлений и внесение корректив. Этапы стратегического управления.

Тема 2. Методы формулирования миссии компании

Определение и формулирование бизнеса. Определение стратегического направления развития компании. Взаимосвязь видения – миссии – целевых показателей. Стратегическое видение. Основная цель и программное заявление. Сущность миссии организации и основные принципы ее формирования. Широкое и узкое понимание миссии. Заинтересованные лица и их цели (субъекты, чьи интересы должны быть отражены в миссии). Характеристики организации, которые должны быть отражены в миссии. Предназначение миссии.

Методические основы формирования целей предприятия. Определение целевых установок для деятельности организации. Типы целей. Направления, по которым устанавливают цели. Характеристика иерархии целей. Ключевые требования к целям. Процесс установления целей. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия. Необходимость постановки целей на всех управленческих уровнях

Тема 3. Методы анализа внешней среды организации

Общая характеристика внешней среды организации. Анализ макроокружения компании. Компоненты макроокружения и их влияние на ведение бизнеса. PEST -анализ

Анализ отрасли и конкуренции в ней: основные экономические показатели, характеризующие отрасль; анализ конкурентных сил, действующих в отрасли по модели Портера; анализ конкурентных позиций соперничающих в отрасли фирм; анализ ключевых факторов успеха в отрасли; анализ перспектив отрасли и ее общей привлекательности.

Тема 4. Методы анализа ситуации компании

Ситуационный анализ. Инструменты ситуационного анализа. Оценка эффективности действующей стратегии. SWOT-анализ.

Ресурсный анализ: материальных и нематериальных ресурсов. Компетенции. Стержневые компетенции. Отличия общих компетенций от стержневых. Определение внутренних сильных и слабых сторон.

Анализ конкурентоспособности цен и издержек компании. Концепция цепочки ценностей. Оценка конкурентной позиции компании.

Тема 5. Основные типы конкурентных стратегий

Три основных типа стратегии конкуренции. Стратегия низких издержек производства. Преимущество производителя с низкими издержками производства. Когда стратегия низких издержек наиболее эффективна. Стратегия дифференциации. Осуществление дифференциации. Привлекательные моменты для дифференциации. Действительная стоимость, субъективная оценка и ценовые сигналы. Контроль уровня затрат, связанных с дифференциацией. Риск, связанный с дифференциацией. Стратегия фокусирования. Когда стратегия фокусирования благоприятна. Риск в использовании стратегии фокусирования.

Тема 6. Методы адаптации стратегии фирмы к сложившейся в отрасли ситуации

Конкуренция в новых и быстрорастущих отраслях. Конкуренция в отраслях, находящихся в стадии зрелости. Конкуренция в отраслях, находящихся в состоянии стагнации или спада. Конкуренция в раздробленных отраслях. Конкуренция на международных рынках.

Тема 7. Методы диверсификации в компаниях

Сущность диверсификации, ее необходимость, критерии оценки. Виды стратегий диверсификации.

Алгоритм проведения стратегического анализа диверсифицированных компаний. Использование матричного анализа при оценке диверсифицированного портфеля компании: Построение стратегического портфеля (понятие, значение, методы построения). Сущность корпоративной синергии и способы ее достижения. Матрицы БКГ,

Дженерал электрик-Мак-Кинзи (привлекательность отрасли, позиция бизнеса), матрица Хофеля-Шендлера (положение бизнеса/зрелость отрасли), матрица Артур Д. Литтл/Жизненный цикл.

Тема 8. Методы выполнения стратегии

Основные задачи выполнения стратегии и функции высшего руководства. Стратегия и техническая политика предприятия; стратегия внешнеэкономической деятельности; стратегия и организационная структура; стратегический потенциал организации; проектирование систем управления. Организационная структура как объект стратегических изменений.

Увязка бюджетов со стратегией. Создание поддерживающих стратегию политик и процедур. Разработка систем материального поощрения, поддерживающих стратегию. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию. Осуществление стратегического лидерства.

Аннотация программы учебной дисциплины «Корпоративные финансы»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование у магистров комплексных теоретических и практических знаний и практических навыков в области современного анализа финансовых проблем компании в рыночной среде.

Задачи курса:

- Получение целостного представления о базовых концепциях корпоративных финансов, финансовой и инвестиционной политики корпораций.
- Научиться понимать природу практических аспектов формирования и использования капитала, доходов и прибыли.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Корпоративные финансы» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-3, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные теории корпоративных финансов;
- проблемы правового обеспечения управления финансами организации;
- формы и способы правового регулирования финансовой деятельности организации;
- концепции, объясняющие формирование стоимости отдельных активов, портфелей активов и целостного комплекса активов в виде капитала акционерной компании, и современными теоретическими моделями, раскрывающими факторы изменения ее величины;
- значение показателя денежного потока в финансовом управлении и методы оптимизации денежных потоков корпорации;
- метод дисконтированных денежных потоков;
- значение теории реальных опционов в управлении инвестиционными проектами;
- теоретические подходы к расчету средневзвешенных затрат на капитал;
- модели формирования дивидендной политики корпорации;
- основные теоретические модели оптимизации структуры капитала;
- основные модели управления оборотным капиталом и оптимизации денежных средств, дебиторской задолженности, запасов;

- источники финансирования текущей потребности в денежных средствах и о возможностях выгодного вложения временно свободных финансовых ресурсов.

Уметь:

- эффективно управлять финансами организации;
- оценивать проектные затраты;
- разрабатывать политику компании в соответствии со стратегическими целями;
- разрабатывать основные показатели финансовой деятельности;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки решений;
- определять и внедрять корпоративные стандарты в области управления;
- использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки эффективности деятельности;
- оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) организации;
- оценивать риск и доходность на основных этапах финансового управления;
- анализировать сравнительную привлекательность разных источников финансирования корпорации;
- выбирать необходимые и выгодные источники финансирования корпорации;
- принимать решение по выбору оптимальной структуры капитала компании в российских условиях;
- разрабатывать дивидендную политику корпорации;
- применять на практике принципы оптимизации структуры капитала;
- находить оптимальные величины составляющих оборотного капитала корпорации (денежных средств, запасов, дебиторской задолженности);
- принимать решения по поддержанию ликвидности компании;
- оценивать последствия различных инвестиционных решений, в том числе и решений по замене оборудования;
- находить ставку дисконтирования для инвестиционных проектов компании.

Владеть:

- знаниями нормативно-правовых аспектов управленческой деятельности и навыками постановки системы управления в компании;
- навыками разработки и организации внедрения планов экономического и социального развития организации;
- навыками оптимизации организационной финансовой политики;
- навыками расчета затрат на различные источники финансирования корпорации;
- навыками подготовки и принятия финансовых решений краткосрочного и долгосрочного характера.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Понятие корпоративных финансов

Корпорация как особая форма организации фирмы. Жизненный цикл фирмы и решения о создании корпорации. Комплекс финансовых решений фирмы и корпорации на различных этапах ее жизненного цикла. Рынок капитала как среда функционирования корпорации на разных этапах ее жизненного цикла. Принцип создания экономической прибыли – основа анализа финансовых решений корпорации. Альтернативные издержки как принцип построения финансового анализа. Факторы инвестиционных рисков корпорации: функциональный (описательный) подход. Влияние инвестиционных рисков корпорации на альтернативные издержки ее инвесторов. Понятие финансового подхода к анализу доходности корпорации, его отличия от бухгалтерского. Роль принципа

ликвидности в анализе финансовых решений корпорации. Денежные потоки корпорации как потенциальный инвестиционный ресурс. Роль стоимости денег во времени в анализе финансовых решений корпорации. Корпоративная цель и финансовая стратегия корпорации. Правило чистой приведенной стоимости инвестиций (NPV). Теорема разделения И.Фишера, ее роль в анализе цели и критериев принятия решений в корпорации. Жизненный цикл организации и разделение собственности и управления. Критическая роль менеджмента в корпорации. Понятие агентской проблемы в управлении корпорацией. Системообразующие блоки в корпоративных финансах. Принцип совершенного рынка капитала – методологическая основа построения аналитических моделей корпорации. Арбитраж на рынке капитала и понятие «портфеля - копии». Роль гипотезы эффективности рынка капитала в построении моделей анализа корпорации.

Тема 2. Введение в анализ фундаментальной стоимости заемного капитала корпорации

Инструменты формирования заемного капитала корпорации. Понятие фундаментальной, (подлинной, инвестиционной) стоимости заемного капитала корпорации. Понятие безрискового долга корпорации. Правило чистой приведенной стоимости инвестиций (NPV) и его применение в анализе заемного капитала корпорации. Модель дисконтирования потоков денежных средств по безрисковым корпоративным облигациям – основа анализа фундаментальной (подлинной, инвестиционной) стоимости заемного капитала корпорации. Кривая доходности и ее роль в анализе заемного капитала корпорации. Взаимосвязи спот-ставок и форвардных ставок. «Портфель-копия» – инструмент анализа корпорации на совершенном рынке капитала. Дисконтирование потоков денежных средств по корпоративным облигациям с учетом структуры процентных ставок во времени. Доходность к погашению корпоративной облигации и ее взаимосвязь с кривой доходности.

Тема 3. Введение в анализ фундаментальной стоимости собственного капитала корпорации

Инструменты формирования собственного капитала корпорации. Правило чистой приведенной стоимости инвестиций (NPV) и его применение в анализе собственного капитала. Альтернативные издержки собственников корпорации и понятие затрат на капитал, привлеченный от собственника. Модель дисконтирования потоков дивидендов по акции: случай фиксированных выплат. Стабильно растущая корпорация: понятие, критерии. Дисконтирование потоков дивидендов, растущих постоянным темпом. Дисконтирование потоков дивидендов, растущих разными темпами. Дисконтирование потоков снижающихся дивидендов: Н – модель. Введение в модель дисконтирования потока свободных денежных средств: понятие потока свободных денежных средств, понятие завершающего (остаточного) потока денежных средств. Принципы оценки перспектив роста корпорации на основе модели дисконтируемого потока свободных денежных средств. Понятие рыночной ставки капитализации. Рыночная ставка капитализации и коэффициент Р/Е (кратное прибыли). Особенности использования моделей дисконтирования потоков денежных средств и дивидендов на растущих рынках капитала.

Тема 4. Анализ доходности, ожидаемой собственниками корпорации

Роль портфельной теории в построении моделей оценки доходности, ожидаемой собственником компании. Система допущений модели ценообразования на долгосрочные активы корпорации (CAPM) и их роль в анализе систематического риска акций корпорации. Систематический риск капитала владельцев корпорации (бета). Проблема подлинности фактора бета как измерителя систематического риска корпорации. Исторический и прогнозный методы анализа премии за рыночный риск. Деятельность финансово-аналитических агентств и создание «книг бета». Роль «книги бета» в проведении анализа доходности, ожидаемой собственниками корпорации.

Скорректированный бета: причины и принципы коррекции. Суммовый бета. Альтернативные модели анализа доходности, ожидаемой собственниками компании. Принципы и допущения многофакторных моделей. Арбитражная модель как основа анализа доходности на собственный капитал. Отличия арбитражной модели от модели CAPM. Особенности анализа доходности, ожидаемой собственниками корпорации на растущих рынках капитала. Понятие и ключевые характеристики растущих рынков капитала: количественные характеристики растущих рынков капитала, инфраструктурные характеристики растущих рынков капитала. Систематические и несистематические риски на растущем рынке капитала. Типы барьеров для осуществления диверсификации несистематических рисков на растущих рынках капитала. Глобализация и проблема эффективности растущих рынков капитала. Эффективность рынка и сегментация мирового рынка капитала. Принципы анализа ожидаемой доходности на основе модели CAPM на растущих рынках капитала. Страновой риск и его компоненты. Спред доходности как показатель странового риска. Бета сопоставимых компаний и возможности его использования в анализе доходности собственников компании на растущих рынках капитала.

Тема 5. Анализ эффективности инвестиций в реальные активы

Понятие инвестиционного проекта. Типы инвестиционных проектов корпорации: безрисковые и рисковые, традиционные и содержащие стратегические возможности (гибкие). Потоки денежных средств проекта с позиций разностного подхода: компоненты инвестиций, поток в течение срока действия проекта, завершающий поток денежных средств проекта. Традиционные методы оценки эффективности проекта и их ограниченность: период окупаемости (PB), метод рентабельности (AROR). Понятие барьерной ставки доходности корпорации. Правило чистой приведенной стоимости инвестиций (NPV) и вклад проекта в создание экономической прибыли в корпорации. Источники чистой приведенной стоимости проекта. Внутренняя норма доходности (IRR) проекта как финансовая ставка доходности и норма экономической прибыли. Способы анализа IRR проектов в аннуитетными и неодинаковыми потоками денежных средств. Границы применения метода внутренней нормы доходности. Индекс рентабельности проекта (P/I) и особенности его применения в анализе эффективности проектов. Финансовый подход к определению периода окупаемости проекта: период окупаемости с учетом дисконтирования. Экономическая прибыль, создаваемая проектом: показатель экономической добавленной стоимости (EVA) как форма экономической прибыли проекта. Дисконтированный поток EVA как метод анализа эффективности проекта. Особенности анализа рискованных инвестиций корпорации в реальные активы на основе дисконтируемого потока денежных средств. Метод надежных эквивалентов. Использование ставки дисконтирования, скорректированной на риск. Инвестиционный проект как элемент рыночной стратегии корпорации. Понятие «гибких инвестиционных проектов» и их роль в реализации стратегических возможностей корпорации. Понятие реальных опционов как метода анализа эффективности гибких инвестиционных проектов.

Тема 6 . Структура капитала корпорации

Структура капитала корпорации в условиях совершенного рынка капитала – основа построения моделей анализа. Теоремы Модильяни - Миллера. «Портфель-копия» как метод доказательства. Построение модели анализа структуры капитала для несовершенного рынка: введение фактора налоговой экономии. Теоремы Модильяни и Миллера с учетом налога на прибыль корпорации. Модель Миллера: равновесие отдельного инвестора и равновесие корпорации с учетом налогов на доходы инвесторов. Построение модели для несовершенного рынка: введение издержек финансовой неустойчивости. Теория компромисса в выборе структуры капитала. Проблема "нависания долга" и перераспределение стоимости корпорации между кредиторами и акционерами.

Построение моделей анализа структуры капитала для несовершенного рынка: введение асимметрии информации. Основы сигнальных моделей структуры капитала: принципы моделей Росса и Майлуфа. Агентские издержки и выбор структуры капитала: агентские издержки заемного капитала, агентские издержки собственного капитала. Основы концепции последовательного выбора источников финансирования. Роль анализа структуры капитала в корпоративных финансовых решениях. Значение теорем Модильяни-Миллера для анализа корпоративных решений о финансировании для фирм на развитых и растущих рынках капитала.

Тема 7. Анализ затрат на капитал и барьерной ставки доходности корпорации

Затраты на капитал и альтернативные издержки инвесторов. Модель средневзвешенных затрат на капитал корпорации. Два свойства уравнения средневзвешенных затрат на капитал. Методы анализа затрат на заемный капитал: затраты на капитал, привлеченный в виде банковского кредита; затраты на капитал, привлеченный путем выпуска корпоративных долговых ценных бумаг; затраты на капитал, привлеченный в виде долгосрочной аренды. Роль кредитных рейтингов в анализе затрат на заемный капитал корпорации. Затраты на капитал и финансовый рычаг. Фактор налоговой экономии и его отражение в анализе затрат на заемный капитал. Методы анализа затрат на капитал, привлеченный от собственника корпорации: затраты на реинвестированную прибыль, затраты на новые выпуски акций. Бета акций компании и ее финансовый рычаг. Поправка Хамады. Понятие бета активов. Использование метода дисконтируемого потока денежных средств в анализе затрат на капитал. Правила анализа средневзвешенных затрат на капитал. Специфика анализа затрат на капитал корпорации на растущем рынке капитала. Принципы отражения странового риска в затратах на капитал компаний на растущих рынках капитал.

Тема 8. Политика выплат собственникам и стоимость корпорации

Понятие политики выплат. Правовая и экономическая трактовка дивидендных выплат. Инструменты выплат свободных потоков денежных средств собственникам: дивиденды в денежной форме, дивиденды в виде дополнительного выпуска акций, выкуп акций. Способы выкупа акций компанией: предложение с фиксированным курсом, выкуп путем аукциона, выпуск «прав» на продажу акций, выкуп путем операций на открытом рынке. Методы оценки возможности компании осуществить выплаты собственникам. Виды политики выплат. Теорема Модильяни и Миллера для совершенного рынка капитала – основа анализа политики выплат. «Загадка» дивидендов и проблема оптимальной политики выплат собственникам. Построение моделей анализа политики выплат для несовершенного рынка: введение фактора налогов. Типы инвесторов по критерию чувствительности по налогам и проблема оптимизации политики выплат. Построение моделей анализа политики выплат для несовершенного рынка: введение фактора асимметрии информации. Дивиденды как информационный сигнал для инвестора. "Радикальные левые" и проблема оптимальной политики выплат. Политика выплат и требования инвесторов к доходности. «Систематизированные факты» Линтнера. Значение моделей анализа политики выплат для компаний на растущих рынках капитала.

Тема 9. Стратегические возможности рынка корпоративного контроля и реструктуризация капитала компании

Рост корпораций и проблема контроля. Виды слияний и поглощений как операций приобретения контроля над фирмой. Финансовые способы защиты от враждебных поглощений. Анализ мотивов слияний и поглощений: с позиций теорий эффективности, с позиций диверсификации, с позиций агентской теории. «Вирусная гипотеза». Недружественные поглощения и проблема "безбилетника". Анализ операций покупки контроля с позиций эффектов синергии. Формы синергии в слияниях и поглощениях: операционная, управленческая и финансовая синергия.

Тема 10. Корпоративное управление, внутренний контроль и стоимость акционерного капитала

Понятие корпоративного управления. Корпоративный менеджмент, корпоративное управление и жизненный цикл фирмы. Внутренний корпоративный контроль и реализация интересов собственников корпорации. Корпоративное управление и инвестиционные риски корпорации. Финансовая прозрачность корпорации и стимулы менеджмента. Конфликт краткосрочного и долгосрочного горизонтов роста стоимости акционерного капитала. Корпоративное управление и рыночная стоимость акционерного капитала корпорации: эмпирические исследования. Внутренний корпоративный контроль и оценка результатов деятельности менеджмента корпорации. Агентские конфликты и проблема вознаграждения управленческой команды. Экономическая прибыль – основа оценки результатов деятельности. Вознаграждение менеджменту и стоимость акционерного капитала.

Аннотация программы учебной дисциплины «Организационное поведение»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: самостоятельно решать сложные поведенческие задачи, выявлять причины недостаточной результативности организации, грамотно выстраивать межличностные отношения.

Задачи курса:

- объяснить необходимость изучения поведения в организации;
- систематизировать знания о сущности теории поведения человека в организации;
- ознакомить с уровнями изучения поведения в организации: отдельного человека (индивидуальном), группы (групповом) и организации в целом (организационном);
- изучить основные факторы, влияющие на поведение в организации;
- информировать о роли личности и организации, лидерстве, национальных особенностях поведения и управлении нововведениями в организации;
- обучить формированию группового поведения в организации;
- ознакомить с зарубежным опытом в системе международного бизнеса;
- раскрыть возможности персонального развития в организации;
- сформировать навыки практической работы в области управления поведением персонала (что обеспечивается не только в процессе лекционных и семинарских занятий по дисциплине, но и в ходе производственной практики).

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Организационное поведение» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-2, ПК-1.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятия «организация», «организационное поведение»;
- теории поведения человека в организации;
- роль личности и лидера в организации;
- коммуникативное поведение в организации;
- теории мотивации и результативность организации;
- возможности формирования группового поведения в организации;
- проявления организационного поведения в системе международного бизнеса.

Уметь:

- анализировать и конструировать организации;
- управлять поведением и изменениями в организации;
- управлять персональным развитием в организации;
- внедрять нововведения в организации;
- осуществлять поведенческий маркетинг.

Владеть:

- методиками построения эффективного делового взаимодействия;
- навыками межличностной коммуникации;
- навыками публичного выступления.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Организационное поведение как наука и перспективы ее развития

Поведение в организации как теоретическая и практическая проблема. Поведение в организации как система, ее основные элементы. Индивидуум, группа, организация – содержание и взаимосвязь понятий. Основные подходы к поведению в организации. Модель поведения в организации как основа понимания, предсказания и контроля (управления) элементов и процессов поведения в организации.

Тема 2. Организационное поведение. Система управления поведением в организации

Типологии личностей. Восприятие и индивидуальность принятия решений. Ценности личности и особенности ее поведения в организации. Установки поведения личности в организации. Удовлетворенность трудом: ее суть, факторы и следствия. Преданность организации: ее суть и следствия.

Тема 3. Личность и трудовое поведение работников

Индивид в организации. Личность и ее социальная роль в организации. Персональное развитие в организации. Отношение к работе как «глубинная» проблема поведения в организации. Виды трудового поведения: «достигающий» работник и «достигающий» руководитель.

Тема 4. Мотивация: основные теории, мотивационный процесс

Основные теории мотивации. Мотивационный процесс. Мотивационный кризис: причины возникновения и пути преодоления. Научение: процессы и принципы. Мотивация и научение как основы управления поведением в организации.

Тема 5. Группа: понятие, принципы формирования и структура

Группы и команды. Динамика поведения в группе. Принципы формирования группы. Структура группы.

Тема 6. Принятие групповых решений

Методы принятия групповых решений. Алгоритм принятия групповых решений. Эффективные коммуникации как предпосылка эффективности решения. Проблемы формирования общего видения.

Тема 7. Лидерство и власть

Власть и лидерство. Основные концепции лидерства. Различия лидера и менеджера. Стили, деятельность и навыки лидера.

Тема 8. Конфликты и переговоры

Конфликты при взаимодействии и навыки ведения переговоров. Поведенческие проблемы, связанные со стрессом. Поведенческие аспекты принятия решений в организации.

Тема 9. Миссия, структура, культура и имидж организации

Миссия, цели и задачи организации. Природа и типы организационной культуры. Организационная культура и особенности коммуникации в организации. Коммуникационные технологии и межличностные процессы. Имидж организации.

Тема 10. Социологические и социально-психологические проблемы трудового поведения в организации

Проблемы трудового поведения в организации. Социологические проблемы трудового поведения. Социально-психологические проблемы трудового поведения.

Тема 11. Трудовая организация: управление и самоуправление

Принципы управления организацией. Принципы самоуправления. Делегирование полномочий.

Тема 12. Изменение и развитие организации

Теория организационных изменений. Классификация организационных изменений. Управление изменениями. Развитие организации.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управление человеческими ресурсами»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование целостного представления о концепции управления человеческими ресурсами, выявление ее особенностей и преимуществ, формирование видения основного конкурентного преимущества при реализации стратегии организации.

Задачи курса: изучение основных теорий и концепций управления человеческими ресурсами, сущности и задач, закономерностей, принципов и методов управления человеческими ресурсами, и выработать умение применять теоретические положения в управленческой деятельности.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-1, ПК-1.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные тенденции в теории и практике стратегического планирования и управления человеческими ресурсами;
- основы технологии стратегического планирования и управления человеческими ресурсами;
- содержание и задачи стратегического планирования и управления человеческими ресурсами;
- мотивы трудового поведения работников и коллектива в целом;
- гражданско-правовую специфику регулирования управленческой деятельности;
- сущность трудовых отношений и управления ими с целью обеспечения баланса интересов с позиций экономической и социальной эффективности;
- содержание принципов стратегического планирования и управления человеческими ресурсами, отражающих современные представления теории и практики управления;
- основные подходы к формированию и организации деятельности службы управления персоналом;
- содержание деятельности по разработке внутрифирменных организационных регламентов.

Уметь:

- организовать и провести практические исследования уровня эффективности стратегического планирования и управления человеческими ресурсами;
- применять в практике стратегического планирования и управления человеческими

ресурсами принципы, ориентированные на максимальное использование человеческого капитала;

- осуществлять подбор кадров, их расстановку и организационное взаимодействие для реализации стратегии развития предприятия;
- осуществлять социально-психологическое регулирование в трудовых коллективах, разрабатывать программы и планы, стимулирующие атмосферу взаимной ответственности наемного работника и работодателя;
- внедрять корпоративные стандарты в области управления;
- анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения;
- поддерживать комфортный морально-психологический климат в компании и эффективную организационную культуру;
- выбирать направление деятельности исходя из уровня компетентности и задач развития, видеть задачу целиком, систематизировать информацию для достижения поставленной цели;
- ориентировать на результат;
- оценивать кадровый потенциал компании и возможности его развития;
- определять задачи построения системы внутренних коммуникаций в соответствии со стратегическими целями;
- формировать принципы и стандарты построения системы внутренних коммуникаций;
- оценивать эффективность системы внутренних коммуникаций;
- определять приоритетные и эффективные каналы внутренних коммуникаций;
- применять на практике методы оценки эффективности системы оплаты труда;
- создавать условия для эффективной работы коллектива предприятия, используя системы оплаты труда с учетом персонального вклада каждого работника.

Владеть:

- методами анализа социально-экономических и организационных процессов стратегического планирования и управления человеческими ресурсами, их оценки;
- методами функциональной адаптации к потребностям производства;
- знаниями нормативно-правовых аспектов управленческой деятельности;
- навыками анализа конкурентоспособности политики оплаты труда в организации;
- навыками наставничества и лидерства;
- навыками разработки и эффективного использования современных социальных технологий;
- навыками разработки и внедрения планов экономического и социального развития организации;
- навыками предупреждения профессиональной деформации и профессионального выгорания;
- навыками организации управления конфликтами и стрессами, участия в посреднической, социально-профилактической и консультационной деятельности по управлению конфликтами и стрессами;
- методами проектирования организационных структур стратегического планирования и управления человеческими ресурсами, разработки управленческих решений, поиска новых форм организации труда.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Система управления человеческими ресурсами

Человеческие ресурсы организации как объект управления. Общая характеристика деятельности по управлению человеческими ресурсами организации. Информация о ЧР: численность, категории, структура, ротация. Социально-психологическая диагностика.

Кадровая политика как отражение философии организации и особенностей кадровой деятельности. Формирование и основные функции департамента УЧР организации. Построение системы УЧР и ее основные подсистемы.

Тема 2. Набор и отбор сотрудников

Определение потребности в сотрудниках. Источники привлечения ЧР: внутренние и внешние, их преимущества и недостатки. Процедуры набора. Общие рекомендации по отбору претендентов («американский» и «японский» подходы). Необходимые этапы отбора. Формы собеседования. Тестирование. Анализ анкетных данных. Преимущества и недостатки метода оценочных центров. Проверка рекомендаций и послужного списка. Нетрадиционные методы отбора. Типы профессиональной пригодности.

Тема 3. Развитие человеческих ресурсов

Методы развития ЧР организации: профессиональная ориентация и адаптация в коллективе, оценка результатов трудовой деятельности, вознаграждение, профессиональная подготовка, обучение, повышение квалификации, продвижение по службе, управление карьерой. Адаптация сотрудников: направления и процедуры, основные этапы. Мероприятия по адаптации. Планирование и развитие карьеры. Преимущества развития карьеры для сотрудника и организации. Профессиональная и внутриорганизационная карьера. Кадровый резерв. Этапы карьеры. Развитие и обучение персонала. Основные формы повышения квалификации. Оценка потребности в обучении и развитии.

Тема 4. Мотивация и стимулирование результатов труда

Классификация потребностей человека. Основные концепции и схемы: от Аристотеля до наших дней. Понятие и основные формы мотивации. Процесс мотивации. Соотношение групп потребностей в теориях мотивации. Мотивационные стратегии и методы. Регуляторы мотивации. Методы стимулирования результатов труда. Основные подходы к воздействию на трудовое поведение: теория Х, теория У, теория Z. Оценка результатов труда. Кадровый аудит. Организация оплаты труда. Основные формы стимулирования результатов труда. Формы участия в прибылях и капитале.

Тема 5. Организация труда руководителей

Особенности деятельности руководителей. Профессиональные и личностные требования к руководителям. Влияние внутренних и внешних факторов на этические нормы менеджмента. Управленческие роли по определению Минцберга. Теория стиля руководства. Методы управления. Организация рабочего времени. Самоменеджмент. Изучение бюджета рабочего времени. Анализ содержания выполняемых работ. Согласование предполагаемого объема работ с бюджетом личного рабочего времени. Делегирование полномочий. Составление плана.

Тема 6. Управление конфликтом

Основные типы внутриорганизационных отношений. Противоречия и конфликты. Субъекты конфликта. Объект конфликта. Конфликтная ситуация. Анализ конфликтов. Структурные методы управления конфликтом. Этапы развития конфликта. Общие рекомендации по разрешению конфликтной ситуации. Позитивные и негативные конфликты.

Аннотация программы учебной дисциплины «Система сбалансированных показателей»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: изучение общих принципов формирования, внедрения и эффективного применения современных научных подходов к управлению развитием организации с

использованием технологии разработки ССП организации в целом и ее структурных подразделений.

Задачи курса:

- сформировать представление об общей методологии стратегического управления и возможных инструментальных средствах разработки ССП;
- обучить технике формализации стратегии и технологии разработки ССП структурных подразделений;
- обучить разработке структуры финансовых показателей, показателей рынок/клиенты, структуру показателей внутренних процессов и структуры показателей сотрудники/инфраструктура;
- обучить методике разработки ССП и применению инструментальных средств разработки ССП, в том числе проверки сбалансированности карты.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Система сбалансированных показателей» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-3, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность современных управленческих проблем;
- принципы системного подхода к исследованиям;
- методологию и инструментальный анализ внешней и внутренней среды бизнеса;
- сущность и содержание стратегических управленческих решений;
- классификацию стратегических управленческих решений;
- модели, методологию и организацию процесса разработки стратегических управленческих решений;
- структуру внешней среды процесса разработки стратегических управленческих решений;
- приемы разработки и выбора антикризисных стратегических управленческих решений;
- условия и факторы качества и эффективности принятия стратегических управленческих решений;
- проблемы разработки и принятия антикризисных стратегических управленческих решений на основе ССП.

Уметь:

- организовать процесс разработки и принятия стратегических управленческих решений;
- провести анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив стратегических управленческих решений;
- разрабатывать программы развития бизнеса с использованием ССП и оценивать их эффективность;
- использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований в области стратегического управления;
- готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области оптимизации издержек организации, повышения ее инвестиционной привлекательности на рынке;
- использовать приемы разработки и выбора стратегических управленческих решений в условиях неопределенности и риска;
- осуществлять контроль и нести ответственность за принятие стратегических управленческих решений;
- оценить эффективность стратегических управленческих решений.

Владеть:

- навыками исследования, постановки и решения проблем с позиций системного подхода;
- методами исследования, планирования, координации и контроля процессов управления и исследовательской деятельности;
- навыками формирования аналитических материалов в управлении;
- методами экономического анализа макро- и микросреды бизнеса.
- моделями и методами принятия стратегических управленческих решений;
- методикой уменьшения неопределенности и риска при разработке стратегических управленческих решений.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Сбалансированная система показателей как метод стратегического управления

Характеристика существующих методов стратегического управления. Критерии оценок и управления в информационный век. Объективные предпосылки появления Сбалансированной системы показателей (ССП). Сущность СПП и ее отличие от традиционных методов стратегического управления. Сбалансированная система показателей как оценочная система. Сбалансированная система показателей как средство стратегического управления на долгосрочной основе.

Тема 2. Критерии оценок и управление

Конкуренция в эпоху информации. Деятельность компаний в новых условиях. Интеграция бизнес процессов. Взаимодействие с клиентами и поставщиками. Рынок, ориентированный на покупателя. Глобальность масштабов. Инновации Работники интеллектуального труда. Определение стратегических целей. «Фильтр» целей компании «Horvath and Partners». Построение «стратегической карты». Причинно-следственные связи в «стратегических картах». Матрица «причина-следствие». Выбор показателей. Критерии выбора показателей. Определение целевых значений. Пороговые значения. Документирование целевых значений. Разработка стратегических мероприятий. Матрица расстановки приоритетов по стратегическим мероприятиям («Horvath and Partners»).

Тема 3. Традиционная финансовая модель и сбалансированная система показателей

Традиционная модель бухгалтерского учета и сбалансированная система показателей. Сбалансированная система показателей как система управления. Стратегия компании и плоскость конкретных стратегических задач. Соответствие между стратегическими целями и показателями их достижения. Планирование, целеполагание и стратегические инициативы. Обратная связь и информированность

Тема 4. Финансовая составляющая

Взаимосвязь финансовых целей со стратегией компании. Управление рисками. Стратегические направления финансовой составляющей. Рост доходов и расширение структуры деятельности. Новые продукты. Новое применение. Новые клиенты и рынки. Новые взаимоотношения. Новая структура предложения товаров и услуг. Новая ценовая стратегия. Сокращение издержек и увеличение производительности. Повышение производительности. Снижение удельных издержек. Совершенствование системы каналов. Сокращение текущих расходов. Использование активов и инвестиционная стратегия.

Тема 5. Клиентская составляющая

Сегментация рынка. Группа ключевых показателей. Доля рынка и доля потребителя. Сохранение клиентской базы. Расширение клиентской базы. Удовлетворение потребностей клиент. Прибыльность клиента. Показатель потребительной ценности предложения. Характеристики товаров и услуг. Взаимоотношения с клиентами. Имидж и репутация. Торговая марка и имидж. Сроки, качество и цена.

Тема 6. Составляющая внутренних бизнес процессов

Стоимостная цепочка внутренних бизнес процессов Инновационный процесс. Показатели теоретических и прикладных исследований. Показатели процесса опытной разработки продукта. Операционный процесс. Послепродажное обслуживание. Специфические компоненты составляющей внутренних бизнес процессов. Управление брендом. Обеспечение лидерства. Источник лидерства. Постоянное наличие товара. Запоминающееся обслуживание.

Тема 7. Обучение и развитие

Возможности работника. Ключевые показатели статуса персонала. Показатель удовлетворенности работника. Показатель сохранения кадровой базы. Показатель эффективности работника. Специфические факторы обучения и развития. Переобучение персонала Возможности информационных систем Мотивация, полномочия и соотнесение личных целей со стратегией компании Показатель числа выдвинутых и внедренных предложений. Показатель совершенствования и соответствия личных целей корпоративным

Тема 8. Сбалансированная система показателей и стратегия компании

Оценка стратегических предпосылок. Основные стратегические концепции. Модель компании «Horvath and Partners». Требования к информации при разработке ССП. Определение базового стратегического направления. Методология стратегического анализа. Модель достижения удовлетворенности клиентов Кано. Интеграция ССП в процесс стратегического развития. Модель процесса разработки и реализации стратегии компании «Horvath and Partners». Требования к разработке стратегии, соответствующей ССП. Внедрение ССП в компании. Каскадирование горизонтальное и вертикальное. Методы каскадирования. Управление каскадированием.

Построение ССП для отдельных структурных подразделений компании. Согласование ССП организационных подразделений компании. Обеспечение качества и документирование результатов.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управление инновационным развитием предприятия»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование углубленных теоретических знания и практических навыков о сущности, задачах, инструментах и содержании управленческой деятельности, связанной с реализацией программ и проектов по разработке и внедрению нововведений и инноваций.

Задачи курса:

- исследование организационных форм инновационных организаций, их структуры, основных функций на различных уровнях иерархии управления;
- изучение теории и практики инновационного менеджмента;
- формирование практических навыков подготовки и реализации инновационных и инвестиционных проектов.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управление инновационным развитием предприятия» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-1, ПК-2.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретические основы менеджмента инновационных технологий;
- научно-техническую и инновационную политику и принципы ее формирования;

- методы и формы государственного регулирования инновационной деятельности в России;
- проблемы международного сотрудничества в сфере инновационных технологий;
- современное состояние научно-технической сферы и сферы инновационных технологий;
- проблемы инновационного развития;
- проблемы устойчивого развития;
- проблемы и роль экономики знаний;
- проблемы менеджмента развития инновационных продуктов и технологий.

Уметь:

- использовать теоретические основы менеджмента инновационных технологий в производстве;
- оценить эффективность управления внедрением инновационных технологий и развитием организации;
- рассчитать влияние научно-технического прогресса на рост промышленного производства;
- рассчитать показатели, характеризующие результаты инновационного развития;
- применять нормативно-законодательную базу регулирования инновационной деятельности в РФ;
- оценить современное состояние научно-технического и инновационного развития зарубежных стран;
- оценить современное состояние научно-технической сферы и сферы инновационных технологий в РФ;
- применять методы оценки уровня управления внедрением инновационных технологий;
- определить этапы жизненного цикла инновационной технологии.

Владеть:

- теоретическими основами менеджмента инновационных технологий в производстве;
- методикой оценки эффективности управления внедрением инновационных технологий;
- методикой расчета влияния научно-технического прогресса на рост промышленного производства;
- методикой расчета показателей, характеризующих результаты инновационного развития;
- вопросами применения нормативно-законодательной базы регулирования инновационной деятельности в РФ;
- методикой оценки современного состояния научно-технического и инновационного развития зарубежных стран;
- методикой оценки современного состояния научно-технической сферы и сферы инновационных технологий в РФ;
- методами оценки уровня управления внедрением инновационных технологий;
- методикой расчета этапов жизненного цикла инновационной технологии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Концепция инновационного менеджмента

История развития теории инноваций. Роль инноваций и инновационных процессов в современной экономике. Инновации и инновационные процессы: сущность, функции, классификация. Инновационный менеджмент: сущность, функции, приемы.

Тема 2. Функции и задачи инновационного менеджмента

Инновационный процесс: понятие, классификация, основные этапы. Инновационный процесс в качестве инновационного проекта: понятие инновационного

проекта, виды проектов, методы оценки проектов. Управление инновационной деятельностью: инновационная среда предприятия, оперативное и стратегическое управление инновационной деятельностью.

Тема 3. Закономерности развития инновационной деятельности

Организационные формы инновационных предприятий (альянс, бизнес-инкубатор, венчурные фирмы, виоленты, инжиниринговые фирмы, инновационный центр, консорциум, наукоград, технопарк, технополис, ФПП). Типы организационных структур инновационных предприятий в современной России. Технопарковые структуры организации инновационной деятельности;

Тема 4. Государственное регулирование инновационных процессов

Значение инструментов государственного регулирования для инновационной деятельности инновационных предприятий. Значение форм и методов государственной поддержки отечественных инноваторов. Значение информационного обеспечения инновационной деятельности предприятия. Роль ресурсного обеспечения инновационной деятельности предприятия. Значение финансового обеспечения инновационной деятельности предприятия. Роль малых инновационных предприятий в экономике страны. Особенности малых инновационных предприятий. Значение для экономики России создания сети научных парков и технополисов. Особенности финансирования малых инновационных предприятий.

Тема 5. Моделирование организационных инноваций

Выбор приоритетных направлений инновационной деятельности в России. Инновационная деятельность в России: состояние проблемы. Виды направлений инновационной деятельности. Приоритетные направления развития науки и техники. Зарубежный опыт и инновационные стратегии фирм на российском рынке. Выбор инновационной стратегии: матрица Мескона-Хедоури, матрица БКГ, матрица продукт/рынок.

Тема 6. Информационное и техническое обеспечение инновационной деятельности

Источники и носители информации об инновациях. Информационные технологии и базы данных в инновационных процессах. Ресурсообеспечение инновационной деятельности.

Тема 7. Организационное развитие: концепции, формы и содержание

Методика оценки эффективности инновационных проектов. Комплексная оценка эффективности инновационного проекта. Значение статических и динамических методов оценки эффективности инновационных проектов. Значение финансового состояния для инновационного предприятия. Влияние рисков на инновационную деятельность предприятия. Минимизации влияния неопределенности и риска на инновационный проект.

Тема 8. Социокультурные аспекты организационного развития

Уровни профессиональной управленческой деятельности. Индивидуальное и коллективное развитие и средства интеграции индивидуумов в коллективе.

Тема 9. Методологическое мышление в инновационной деятельности

Мышление, коммуникации и деятельность в инновационных процессах. Рефлексия в деятельности менеджера. Организация решения управленческих задач в рамках инновационной деятельности.

Тема 10. Игровое моделирование инновационной деятельности

Игровой коллектив: состав, функции, роли. Документирование и информационное обеспечение игрового процесса. Опыт проведения инновационных игр для решения проблем организации, отрасли, региона.

Тема 11. Тенденции, особенности и проблемы инновационной деятельности в современной России

Особенности современной экономической ситуации в России. Реформирование экономики и созидательная деятельность научных организаций.

Аннотация программы учебной дисциплины «Управление изменениями в процессе реализации стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование теоретических основ в сфере организационной деятельности, изучения технологий и методов проведения изменений в организации, необходимых в ходе реализации стратегии.

Задачи курса:

- изучение теоретических основ выбора и управления изменениями в процессе реализации стратегии;
- изучение принципов и законов формирования процесса изменений в организации в рыночных условиях;
- изучение мотивации и поведения работников, формы и методы влияния с целью эффективного управления изменениями в процессе реализации стратегии;
- изучение выбора форм и методов управления изменениями в организации при решении оперативных и стратегических задач;
- умение устанавливать критерии эффективности управления изменениями в процессе реализации стратегии.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Управление изменениями в процессе реализации стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-2, ОПК-2, ПК-2.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- эволюцию моделей управления изменениям;
- место управления изменениями в системе менеджмента;
- основные методы проведения изменений в организациях;
- основные принципы управления процессом изменений;
- альтернативные подходы к изменениям в области менеджмента;
- методы количественного обоснования стратегических решений;
- технологии проведения диагностики и мониторинга организационного развития;
- основы функционирования системы стратегического управления производством;
- принципы стратегического и оперативного планирования.

Уметь:

- применять методы проведения изменений на предприятиях;
- принимать решения в организациях в условиях изменений;
- разрабатывать и выбирать оптимальную стратегию изменений;
- применять изученные технологии проведения изменений в организациях;
- разработать альтернативы стратегических управленческих решений и стратегий;
- анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения;
- поддерживать комфортный морально-психологический климат в компании и эффективную организационную культуру;

- выбирать направление деятельности исходя из задач развития, видеть задачу целиком, систематизировать информацию для достижения поставленной цели;
- оценивать кадровый потенциал компании и возможности его развития;
- разрабатывать политику компании в соответствии со стратегическими целями;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений.

Владеть:

- методами анализа и диагностики состояния организаций;
- методами формирования структуры системы управления изменениями;
- навыками планирования и реализации стратегий управления изменениями;
- навыками мониторинга и контроля процесса изменений;
- способами преодоления сопротивления изменениям;
- методами оценки стратегий и принятия «оптимальных» стратегических решений;
- навыками внедрения кадровой и социальной политики компании;
- знаниями нормативно-правовых аспектов управленческой деятельности и навыками постановки системы управления в компании;
- навыками разработки и внедрения планов экономического и социального развития организации;
- навыками поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации по проблемам управления;
- навыками разработки и применения современных методов управления.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Организационные изменения: классификация и особенности управления

Предмет, основные понятия и методы дисциплины. Место изучаемой дисциплины среди других дисциплин и соотношение с ними. Управленческая деятельность. Ее основные специфические черты. Цели и задачи управленческой деятельности в области управления изменениями. Основные направления (функции) управленческой деятельности в данной сфере. Ключевые положения об изменениях для организации. Характеристика основных изменений организации. Классификация изменений. Особенности управления плановым изменением и управления динамическим изменением.

Тема 2. Основные методы проведения изменений в организациях

Основные методики осуществления перестроек в организациях. Незапланированные изменения и их характер. Понятие «планируемая перестройка». Типичные вопросы при планировании изменений. Понятия «навязанные изменения» и «изменения с участием». Основные уровни и формы участия. Характерные черты изменений с использованием переговоров. Модель процесса успешного управления организационными изменениями, разработанная Л.Гейнером. Пятиэтапная модель осуществления изменений Бостонской Консалтинговой Группы.

Тема 3. Причины сопротивления изменениям и способы их преодоления. Поддержка изменений

Особенности «сопротивления переменам». Причины сопротивления. Характеристика личных и структурных барьеров. Типы негативного отношения к изменениям и способы их преодоления С. Хеллера. Шесть способов преодоления сопротивления, их достоинства и недостатки, особенности использования данных способов на практике. Общий метод получения поддержки и уменьшения и его основные аспекты. Особенности наиболее применяемых на практике способов, позволяющих привлечь внимание отдельных лиц и групп к необходимости перемен. Характеристика «изолятов» и «оценочных лидеров». Положительные и отрицательные аспекты существующих или альтернативных схем. Необходимость формирования личностного

состава участников процесса изменений. Поддержка неофициальной информационной сети. Проявление возражения против изменений и способы с ним справиться.

Тема 4. Принятие решений в организациях в условиях изменений

Особенности процесса принятия решений в условиях реализации изменений в организации. Четыре подхода к процессу принятия решений: подход на основе теории управления, модель Карнеги, модель инкрементального процесса принятия решения, модель «мусорного ящика». Возможные последствия применения отдельных подходов на практике. Альтернативные подходы к изменениям в области менеджмента. Характеристика альтернативных подходов: применение власти, переподготовка специалистов, применение разумных расчетов. Особенности применения этих подходов руководством организации.

Тема 5. Стратегия изменений

Осуществление изменений как сложный комплекс процессов и процедур, направленных на внедрение и проведение перемен в организации. Факторы, от которых зависит подход к осуществлению изменений. Сущность стратегии изменений. Цель разработки и реализации стратегии изменений. Основная задача формирования стратегии. Основным принципом стратегии осуществления изменений. Сущность понятия «стратегический континуум». Логика внедрения изменений. “Естественные законы” изменений. Основные виды стратегий изменений. Правила действий для пресечения новаторства. Планирование и реализация стратегий управления изменениями. Основные рекомендации по планированию и реализации стратегий управления изменениями. Особенности процесса планирования изменений в организации. Требования к стратегиям изменений. Учет особенностей процесса реализации стратегий управления изменениями.

Тема 6. Структура системы управления изменениями

Основные принципы управления процессом изменений и их характеристика. Необходимость соблюдения основных правил при принятии решения о запуске процесса изменений в организации. Роль руководства в управлении изменениями. Необходимость создания специальных структур для проведения изменений. Принятие оптимального решения об ответственности за конкретные мероприятия по осуществлению перемен. Основные формы систем для проведения изменений в организации. Их сущность и условия, в которых необходимо их применять.

Тема 7. Планирование и реализация стратегий управления изменениями

Модели изменений Левина, Бекхарда, Тюрли и Бира и понимание механизма изменений. Характеристика модели «переходного периода». Сущность модели «EASIER» и основные элементы данной модели. Модель системной технологии вмешательства (СТВ) как один из методов семейства “системных подходов” и её основные фазы. Алгоритм осуществления СТВ. Основные рекомендации по планированию и реализации стратегий управления изменениями. Особенности процесса планирования изменений в организации. Требования к стратегиям изменений. Учет особенностей процесса реализации стратегий управления изменениями.

Тема 8. Мониторинг и контроль процесса изменений

Особенности мониторинга и контроля процесса изменений. Предметные области оценок и их характеристика. Основные методики мониторинга и контроля процесса изменений. Сущность методов помощи в процессе осуществления изменений. Правильность выбора способов мониторинга и контроля процесса изменений, возможные проблемы и ошибки. Мероприятия, которые можно осуществлять в целях мониторинга изменений. Использование конфронтации для достижения положительных результатов в процессе изменения организации.

Аннотация программы учебной дисциплины «Методы оценки конкурентоспособности организации»

1. Цели и задачи дисциплины

Целью курса «Методы оценки конкурентоспособности организации» при подготовке будущего магистра в области менеджмента является подготовка выпускников к научно-исследовательской работе в области управления высокотехнологичным и инновационным производством (на любой стадии технологического цикла).

Задачи курса:

Подготовка выпускников к научно-исследовательской работе в области управления, в том числе в междисциплинарных областях, связанных с выбором необходимых методов исследования, модифицирования существующих и разработки новых методов исходя из задач конкретного исследования.

Подготовка выпускников к использованию количественных и качественных методов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности; проектированию и управлению любой социально-экономической системой, частью системы, или процессом удовлетворяющими внутренние и внешние потребности предприятия, организации; идентификацию, формулирование и решение производственных задач, включающие в себя материальные, человеческие и экономические параметры.

Подготовка выпускников к управлению предприятием; организацией или учреждением, включая учреждения высшего профессионального образования и научные учреждения, а также их подразделений, сопровождению бизнес-процессов в разных сферах менеджмента, использованию современного инструментария для диагностики деятельности и разработки стратегии развития предприятия и организации; использованию современных способов оценки эффективности управленческих программ, задач, мероприятий.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Методы оценки конкурентоспособности организации» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные особенности развития конкурентной среды на различных рынках;
- факторы, влияющие на конкурентоспособность;
- научные подходы, применяемые при анализе конкурентоспособности объекта;
- сущность и механизм управления конкурентными преимуществами предприятия;
- способы разработки конкурентных стратегий.

Уметь:

- проводить конкурентный анализ;
- использовать основные методы анализа конкурентоспособности объекта;
- рассчитывать показатели эффективности деятельности предприятия.

Владеть:

- навыками работы с документами в коммерческой и исследовательской деятельности;
- навыками принятия решений по способам ведения конкурентной борьбы;
- навыками планирования сбора маркетинговой информации.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Социально-экономические основы конкуренции

Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. История возникновения и развития конкуренции. Современное состояние конкуренции на различных рынках. Правовое регулирование в сфере конкуренции. Антитрестовское законодательство США. Российский Закон «О защите конкуренции». Закон конкуренции. Конкурентные силы в отрасли по М. Портеру. Понятие конкурентного преимущества и его источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Базовые стратегии конкуренции и конкурентных преимуществ.

Тема 2. Методы оценки конкурентоспособности организации

Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Этапы проведения конкурентного анализа. Выявление существующий конкурентов и предварительных анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа.

Тема 3. Методы сбора информации о конкурентах

Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения.

Тема 4. Анализ конкурентоспособности предприятия

Понятие конкурентоспособности предприятия. Исследование современных подходов к оценке уровня конкурентоспособности. Направления оценки конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности.

Тема 5. Управление конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью

Понятие конкурентных преимуществ и их источники. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентными преимуществами.

Тема 6. Конкурентные стратегии

Классификация стратегий предприятия. Бизнес-стратегии. Маркетинговые стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии ведения конкурентной борьбы.

Аннотация программы учебной дисциплины «Информационные системы в стратегическом управлении»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: обеспечить формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в части функциональной архитектуры построения информационных систем в стратегическом управлении, аппаратно-программных платформ для информационных технологий, типовых проектных решений для их реализации.

Задачи курса:

- изучение архитектуры и принципов построения информационных систем в стратегическом управлении;
- изучение стандартов управления, используемых информационных систем в стратегическом управлении;
- изучение рынка программных средств информационных систем в стратегическом управлении отечественного и зарубежного производства;
- освоение информационных технологий информационных систем в стратегическом управлении, получение опыта при работе с программными продуктами КИС.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Информационные системы в стратегическом управлении» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-1, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- архитектуру предприятия;
- стандарты и концепции управления (MRP, CRP, MRP II, ERP, ERP II и др.), реализованные в информационных системах в стратегическом управлении;
- принципы процессного управления;
- классификацию бизнес-процессов;
- типовую функциональную архитектуру информационных систем в стратегическом управлении;
- базовые характеристики функциональных подсистем и комплексов задач информационных систем в стратегическом управлении;
- классификацию программных продуктов информационных систем в стратегическом управлении;
- информационные технологии информационных систем в стратегическом управлении (организации хранилищ информации, интеграции программ и данных);
- тенденции развития функциональных и обеспечивающих подсистем информационных систем в стратегическом управлении.

Уметь:

- моделировать бизнес-процессы информационных систем в стратегическом управлении;
- устанавливать соответствие ППП требованиям и стандартам информационных систем в стратегическом управлении;
- выбирать программные продукты и средства интеграции для создания информационных систем в стратегическом управлении.

Владеть:

- информацией о рынке программных продуктов информационных систем в стратегическом управлении;
- навыками работы в ППП корпоративного назначения для решения задач.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Сбалансированная система показателей как метод стратегического управления

Тема 1. Понятие и определение информационных систем в стратегическом управлении

Понятие систем, элементов системы, главная цель систем. Рассмотрение примера систем: организация как система, электронно-вычислительная машина как система, коммуникационные линии связи как система, информационная система как система. Понятие информационной системы. Понятие информационной технологии. Отличие информационной технологии и информационной системы. Цель информационной технологии и цель информационной системы. Информационная система как среда развития организации. Составляющие элементы информационной системы организации: аппаратные средства вычислительной техники, аппаратные средства телекоммуникаций (связи), программные средства, информационные базы данных и обслуживающий персонал. Понятие информационного обеспечения. Совокупность процессов сбора, обработки, хранения, анализа и выдачи информации. Схема понятий информационного обеспечения. Понятие данных. Типы данных и структура данных. Понятие документ как элемент информационной системы. Понятие процесса документирования информация. Понятие информационных ресурсов.

Тема 2. Классификация информационных систем в стратегическом управлении

Принципы функционирования информационных систем управления: принцип целостности системы (эмерджентности – внутренней динамичности), принцип гомеостазиса, принцип адаптивности, принцип обучаемости путем изменения структуры системы в соответствии с изменением целей системы. Структура систем управления. Процесс управления предприятием с точки зрения развития информационных систем. Взаимодействие информации из внешней среды и элементов информационной системы управления. Внешняя среда и объект управления. Требования к обработке информации информационной системой управления: полнота и достаточность информации; своевременность представления информации; достоверность информации; экономичность обработки информации; адаптивность к изменяющимся информационным потребностям пользователей. Классификация информационных систем управления: по характеру представления и логической организации хранимой информации; по выполняемым функциям и решаемым задачам; по масштабу и интеграции компонент; по характеру обработки информации на различных уровнях управления предприятием; по признаку структурированности задач; по функциональному признаку, который определяет назначение подсистемы, ее основные цели, задачи и функции.

Тема 3. Роль автоматизированных информационных систем в стратегическом управлении и их влияние на эффективность работы организации

Влияние использования информационных систем на характеристики организации: производительность труда (операционная эффективность); функциональная эффективность; эффективность бизнеса; качество обслуживания клиентов; создание и улучшение продукции; возможность изменения основ конкуренции; закрепление клиентов и отдаление конкурентов. Три главных аспекта использования информационных систем в корпоративном управлении: стратегический менеджмент (strategic management); управление системой внутреннего контроля (internal control management); управление взаимоотношениями с акционерами, инвесторами и заинтересованными сторонами (shareholder/investor/stakeholder relations management). Три наиболее важных направления, в рамках которых разрабатываются инструменты, используемые руководителями в области внутреннего контроля: управление рисками (risk management); управление обеспечением информационной безопасности (information security management); управление выполнением требований законодательных и регулирующих органов (compliance management). Требования к информационным системам, используемым в организации: системность; комплексность; модульность; открытость; адаптивность; надежность; безопасность; масштабируемость; мобильность; простота в изучении; поддержка разработчика; сопровождение.

Тема 4. Структура информационных систем в стратегическом управлении

Структура информационной системы как совокупность обеспечивающих подсистем. Информационное обеспечение: стандарты взаимодействия информационных элементов, организационные недостатки при построении информационной системы, проблемы построения информационной системы, потоки информации, базы данных организации. Техническое обеспечение: компьютеры любых моделей; устройства сбора, накопления, обработки, передачи и вывода информации; устройства передачи данных и линий связи; оргтехника и устройства автоматического съема информации; эксплуатационные материалы и др. Техническая документация: общесистемная, специализированная, нормативно-справочная. Формы организации технического обеспечения (формы использования технических средств): централизованная и частично или полностью децентрализованная. Математическое и программное обеспечение. Математическое обеспечение: средства моделирования процессов управления; типовые задачи управления; методы математического программирования, математической

статистики, теории массового обслуживания и др. Программное обеспечение: общесистемные и специальные программные продукты, техническая документация. Организационное обеспечение. Функции организационного обеспечения: анализ существующей системы управления организацией, где будет использоваться ИС, и выявление задач, подлежащих автоматизации; подготовка задач к решению на компьютере, включая техническое задание на проектирование ИС и технико-экономическое обоснование ее эффективности; разработка управленческих решений по составу и структуре организации, методологии решения задач, направленных на повышение эффективности системы управления. Правовое обеспечение: законы, указы, постановления государственных органов власти, приказы, инструкции и другие нормативные документы министерств, ведомств, организаций, местных органов власти. В правовом обеспечении можно выделить общую часть, регулирующую функционирование любой информационной системы, и локальную часть, регулирующую функционирование конкретной системы.

Тема 5. Интеграция информационных систем в стратегическом управлении

Интеграция информационных систем в организационную структуру организации. Транзакционные системы, системы поддержки решений руководства. Классы информационных систем: крупные интегрированные системы (комплексное управление, учет, управление производством); средние интегрированные системы (комплексное управление, учет, управление производством); малые интегрированные системы (комплексный учет и управление финансами); локальные системы (учетные системы по направлениям деятельности). Особенности отечественного рынка информационных систем, проблемы отечественных предприятий при интеграции информационных систем

Тема 6. Межорганизационные информационные системы

Понятие межорганизационных информационных систем. Компоненты межорганизационных информационных систем: подсистемы обмена информацией (например, электронная почта, приложения мгновенной передачи сообщений и др.); подсистемы электронного документооборота; подсистемы управления ресурсами компании (материальными, финансовыми, трудовыми); подсистемы глобального поиска данных, сбора и совместного использования знаний; подсистемы электронной коммерции (e-commerce) для организации продаж и закупок; подсистемы взаимодействия с клиентами и партнерами и др. Преимущества межорганизационных информационных систем: обеспечение круглосуточной бесперебойной работы; обмен информацией с любой точкой мира, где имеются средства современной связи; автоматизацию бизнес-процессов компании; оптимизацию взаимоотношений с поставщиками, дилерами, партнерами; возможность осуществления платежей через Интернет; реализацию платежей по бартерным и клиринговым схемам; возможность передачи без ущерба бизнесу части бизнес-процессов на аутсорсинг и др. Секторы электронной торговли: B2C (Business-to-Customers); B2B (Business-to-Business); B2A (Business-to-administration).

Аннотация программы учебной дисциплины «Методы управленческого контроля реализации стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: изучение общих принципов формирования, внедрения и применения современных научных подходов к организации процесса управленческого контроля.

Задачи курса:

- сформировать представление об общей методологии организации управленческого контроля;

- раскрыть направления стратегического контроля в управлении предприятием, контроллинга маркетинга, обеспечения ресурсами и логистики, а также финансового контроллинга, контроллинг инвестиций и инновационных процессов.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Методы управленческого контроля реализации стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятие корпоративного управления и порядок реализации процедур корпоративного управления;
- теоретические основы, объекты и инструментарий управленческого контроля, организационные аспекты реализации функции системы контроля на предприятии, прикладные методы принятия управленческих решений на основе контроллинговой информации.

Уметь:

- правильно определять качественные и количественные цели предприятия и выбирать критерии, по которым можно оценить степень достижения поставленных целей;
- планировать – превращать цели предприятия в прогнозы и планы;
- вести оперативный управленческий учет;
- организовать систему информационных потоков на предприятии;
- осуществлять мониторинг и контроль всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- анализировать планы, результаты и отклонения;
- на основе полученной информации вырабатывать рекомендации для принятия управленческих решений.

Владеть:

- навыками анализа управленческой информации;
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- навыками осуществления контрольных процедур;
- навыками принятия управленческих решений по итогам результатов контроля.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Концепция управленческого контроля

Сущность, задачи и функции управленческого контроля. Причины возникновения управленческого контроля. Роль управленческого контроля в системе корпоративного управления. Взаимосвязь управленческого контроля с другими функциями управления предприятием.

Тема 2. Виды управленческого контроля. Сущность стратегического и оперативного контроля

Сущность стратегического и оперативного контроля. Контроль маркетинга. Контроль обеспечения ресурсами. Контроль в области логистики. Финансовый контроль. Контроль инновационных процессов.

Тема 3. Классификация объектов контроля

Структура и содержательная характеристика объектов контроля. Затраты и центры ответственности как объекты контроля. Понятие центров ответственности и их виды.

Центр затрат, выручки, прибыли, инвестиций. Сочетание функционального и территориального принципа.

Тема 4. Разработка бюджетов как инструмент оперативного контроля реализации стратегии

Понятие бюджета. Цели и задачи бюджетов. Структура системы бюджетов на предприятии. Достоинства и недостатки бюджетирования. Виды бюджетов, их особенности. Гибкие и фиксированные бюджеты. Бюджетирование «с нуля». Сферы применения различных типов бюджетов.

Тема 5. Методы анализа отклонений фактических результатов от плановых

Факторный анализ отклонений. Классификация отклонений. Расчет отклонений. Выявление отклонений. Оценка отклонений. Выявление причин отклонений

Тема 6. Система экономических расчетов, используемая в контроле инвестиционных проектов

Особенности контроля инвестиционных проектов. Критерии оценки инвестиционных проектов в контроле. Достоинства и недостатки критерия окупаемости, рентабельности. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов с дисконтированием денежных потоков. Анализ возможных вариантов выбора ставки дисконтирования. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов в условиях неопределенности.

Тема 7. Организационно-методические основы создания системы контроля реализации стратегии

Определение структуры контроля. Формирование целевых функций и элементов системы контроля. Место службы контроллинга в организационной структуре предприятия. Структура и состав службы контроллинга. Информационные потоки на предприятии в системе контроля реализации стратегии. Возможные варианты внедрения системы контроля реализации стратегии.

Тема 8. Методы стратегической диагностики

Роль диагностики в управлении предприятием. Методы диагностики эффективности стратегии предприятия. Источники информации для экспертной диагностики. Методы диагностики стратегической позиции предприятия. Диагностика по слабым сигналам.

Тема 9. Методы оперативной диагностики

Анализ финансового состояния. Анализ безубыточности. Анализ материальных потоков. Анализ информационных потоков. Оценка рисков и управление ими.

Тема 10. Принятие управленческих решений в процессе контроля реализации стратегии

Классификация подходов к принятию управленческих решений в управленческом контроле. Постулаты принципа ограниченной рациональности по Г. Саймону. Постулаты принципа эффективного управления по Питерсу и Уотермену. Стадии процесса принятия решений. Требования к критериям принятия управленческих решений. Критерии принятия решений об объеме и структуре выпуска. Критерий принятия решений «производитель или покупатель». Критерий принятия решений при определении нижней границы цены продукции. Критерий принятия решений при ценообразовании. Критерий принятия решений в управлении материальными потоками на предприятии.

Аннотация программы учебной дисциплины «Организационная культура»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: изучение общих принципов формирования и воспроизводства организационной культуры и на этой основе - научных подходов к управлению изменением культуры и расширение теоретических знаний и развитие практических умений в использовании культурологического подхода в управлении организацией.

Задачи курса:

- актуализация и интеграция культурологических, социологических, психологических и управленческих знаний применительно к формированию и развитию культуры организации;
- изучение закономерностей и особенностей культурологического подхода к управлению организацией;
- рассмотрение методов исследования, формирования, поддержания и изменения организационной культуры;
- формирование навыков и умений применения культурологического подхода в практической деятельности менеджеров;
- личностное и профессиональное развитие будущих менеджеров: развитие у магистров творческого подхода к анализу и выбору решений в процессе организационной деятельности по формированию, распространению и изменению организационной культуры.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Организационная культура» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-2, ОК-3.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные характеристики организационной культуры, проблемы ее формирования и развития;
- методы диагностики организационной культуры в современных комплексных системах менеджмента;
- систему структурных компонентов, методов и моделей оценки эффективности организационной культуры предприятия и подразделений;
- инструменты и модели системного экспресс-анализа организационной культуры предприятия и подразделений;
- принципы построения организационной культуры;
- принципы управления организационной культурой, в том числе структурных подразделений.

Уметь:

- применять инструменты диагностики организационной культуры;
- выявлять «слабые» сигналы среды;
- регулировать взаимоотношения организационной культуры и субкультур;
- разрабатывать и внедрять ценности, традиции, нормы организационной культуры.

Владеть:

- навыками формирования базовых ценностей организационной культуры;
- навыками наставничества и лидерства;
- навыками разработки и эффективного использования современных социальных технологий;
- навыками организации управления конфликтами и стрессами, участия в посреднической, социально-профилактической и консультационной деятельности по управлению конфликтами и стрессами.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Организационная культура

Основные понятия и классификации. Влияние внешней среды на деятельность организации (культура общества). Культура организации как система коллективно разделяемых смыслов, символов, ценностей, убеждений, образов и норм поведения общества в целом, или определенной группы лиц. Основные элементы: познавательный (знаково-символический) и ценностно – нормативный.

Тема 2. Системный подход к организационной культуре

Функции культуры: образовательно – воспитательная; интегративная и дезинтегративная функции. Формирование структур и систем коммуникации.

Тема 3. Уровни организационной культуры

Поверхностный уровень. Средний уровень. Ядро. Объективная и субъективная культуры. Объективная – здания, сооружения, дизайн и мебель, цветовая гамма. Субъективная – лидеры, традиции, обряды, язык общения, лозунги.

Тема 4. Содержание организационной культуры

Осознание себя и своего места в организации (независимость, творчество, сотрудничество). Коммуникационная система и язык общения. Внешний вид, одежда и представление себя на работе (униформа, деловой стиль, опрятность, косметика); привычки и традиции; время и отношение к нему; взаимоотношения; ценности; вера; процесс развития работников; трудовая этика и мотивирование.

Тема 5. Принципы формирования и внедрения организационной культуры

Правила формирования организационной культуры. Алгоритм формирования. Этапы формирования организационной культуры. Организационная культура. Определение организационной культуры - содержание, формы. Сильная и слабая организационная культура. Функции организационной культуры; факторы, ее формирующие. Стадии развития организационной культуры. Как работники постигают культуру своей организации (ритуалы, символы, язык). Миссия организации, имидж организации и организационная культура. Влияние организационной культуры на производительность, удовлетворенность работой, дисциплину и текучесть. Изменение организационной культуры: возможные препятствия.

Тема 6. Типы организационной культуры

Типы организационной культуры (по Хэнди). Культура власти (паутина). Культура роли (храм). Культура задачи (решетка). Культура личности (рой).

Тема 7. Изменение организационной культуры

Основные методы изменения организационной культуры: изменение объектов и предметов внимания со стороны менеджера; изменение стиля управления кризисом или конфликтом; перепроектирование ролей и изменение фокуса в программах обучения; изменение критериев стимулирования; смена акцентов в кадровой политике; смена организационной символики и обрядности.

Тема 8. Субкультуры и контркультуры

Понятие и роль в формировании организационной культуры. Влияние на результативность деятельности фирмы.

Аннотация программы учебной дисциплины «Этика делового общения»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: овладение основами этики делового общения, необходимыми для качественного выполнения служебных обязанностей в той или иной профессиональной сфере; формирование теоретических знаний и практических навыков по рационализации процессов делового общения в рамках знания этики деловых коммуникаций и основных методов управления ими.

Задачи курса: изучение теоретических основ по определению роли и значению культуры делового общения в деловых взаимоотношениях; формирование профессиональных навыков по применению эффективных средств общения, а также по устранению потенциальных и реальных барьеров общения; обучение самостоятельному анализу техники делового общения в профессиональной деятельности.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Этика делового общения» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОК-2, ОК-3.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятие и сущность этических норм и правил делового общения;
- результаты теоретических и прикладных исследований в области этики бизнеса;
- этические нормы и правила кросс-культурных коммуникаций;
- стандарты деловой переписки, презентации, режима проведения совещаний;
- способы разрешения конфликтных ситуаций.

Уметь:

- обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы;
- определять и внедрять корпоративные стандарты в области управления;
- проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения;
- поддерживать комфортный морально-психологический климат в компании и эффективную организационную культуру;
- определять задачи построения системы внутренних коммуникаций в соответствии со стратегическими целями;
- формировать принципы и стандарты построения системы внутренних коммуникаций;
- оценивать эффективность системы внутренних коммуникаций;
- определять приоритетные и эффективные каналы внутренних коммуникаций;
- эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде.

Владеть:

- навыками развития общекультурного и профессионального уровня и самостоятельного освоения новых методов исследования;
- навыками публичных деловых и научных коммуникаций;
- навыками управления бизнес-общением;
- навыками постановки системы управления в компании;
- основами кросскультурных отношений в менеджменте;
- навыками наставничества и лидерства;
- навыками разработки и эффективного использования современных социальных технологий.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Деловой этикет. Правила, принципы и нормы деловых отношений

Деловые отношения как средство реализации управленческих функций. Деловое общение как форма межличностных отношений. Экономическое мышление и общие закономерности межличностных отношений в управленческом менеджменте. Роль этики деловых отношений на современном этапе. Правила подготовки

публичного выступления. Правила подготовки и проведения деловой беседы. Правила проведения собеседования. Правила подготовки и проведения служебных совещаний. Правила проведения переговоров с деловыми партнерами. Правила конструктивной критики. Критика и ее этические аспекты. Функции критики как обязательной составляющей служебной деятельности. Этические требования к критике. Этические рекомендации: а) для критикующего, б) для критикуемого. Зависимость результативности критики от степени ее этичности.

Тема 2. Этикет делового человека

Этические принципы и нормы в деловых отношениях. История развития этики деловых отношений. Принципы этики деловых отношений. Этика деловых отношений в мировой практике. Этический кодекс, его содержание и назначение. Деловой этикет и деловые отношения. Формы регулирования поведения человека в современном обществе. Этикет и его виды. Принципы делового этикета. Этикет и имидж делового человека. Определение понятия «имидж». Его свойства. Критерии правильного выбора модели поведения. Этикетные модели. Этикет: деловой и неофициальный. Развитие взаимоотношений и взаимодействия людей в общении. Роль и место общения в имидже личности. Одежда и манеры делового мужчины. Общая характеристика стиля: консерватизм, умеренность, аккуратность и пр. Требования к деловой одежде (ткань, цвет, фасон) и обуви, а также к прическе, аксессуарам и т.д. Ошибки и промахи во внешнем виде делового мужчины, которых следует избегать. Одежда и внешний облик деловой женщины. Особенности женской деловой одежды. Требования к цвету, фасону, фактуре материала женской деловой одежды и обуви. Роль прически, украшений, макияжа и пр. во внешнем облике деловой женщины.

Тема 3. Управление деловым общением

Общение как социально-психологическая категория. Коммуникативная культура в деловом общении. Виды делового общения. Управление деловым общением. Вербальное общение. Основы деловой риторики. Культура речи в деловом общении. Этика использования средств выразительности деловой речи. Культура дискуссии. Особенности речевого поведения. Невербальное общение. Основы невербального общения. Кинесические особенности невербального общения. Визуальный контакт. Проксемические особенности невербального общения. Этика делового телефонного разговора. Этические нормы телефонного разговора. Практические рекомендации делового этикета в отношении телефонного разговора. Что можно и нужно и что нельзя говорить по телефону. Методы достижения результативности телефонного делового разговора в рамках этикета. Письменное деловое общение. Культура делового письма. Формы и виды письменного делового общения. Требования делового этикета к: а) резюме, б) рекомендательному письму, в) письму-отказу, г) письму-уведомлению и т.д. Роль письменного делового общения в системе деловых отношений. Характеристика манипуляций в общении. Правила нейтрализации манипуляций. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений.

Тема 4. Этика служебных взаимоотношений мужчины и женщины

Проявление психологических особенностей пола в повседневной деятельности. Особенности стиля мышления. Система норм и стандартов служебного поведения для мужчин и женщин в современном деловом мире. Необходимость учитывать генетическую ориентированность пола при формировании эффективных деловых отношений.

Тема 5. Этикет приветствий и представлений.

Визитная карточка. Приветствие и представление. Правила приветствия в деловой сфере. Представления и титулирование; виды титулов. Визитная карточка в деловой жизни. Назначение, функции визитной карточки в деловой жизни. Виды визитных

карточек. Особенности вручения и использования визитных карточек. Требования к оформлению визитных карточек.

Тема 6. Требования этикета к рабочему месту и служебному помещению

Различные способы организации рабочих мест в служебном помещении. Требования делового этикета к кабинету менеджера. Рабочее место рядового сотрудника и менеджера. Влияние организации служебных помещений и рабочих мест на этику деловых отношений. Требования этикета к подготовке и организации делового приема (помещение, украшение стола, сервировка и т.п.).

Тема 7. Этикет деловых отношений

Деловые приемы. Роль деловых приемов в развитии и обеспечении эффективности деловых отношений. Цель и назначение деловых приемов. Виды деловых приемов. Нормы делового этикета в отношении рассылки приглашений и ответа на них. Деловой этикет и поведение за столом во время делового приема. Особенности делового общения с иностранными партнерами. Иностранный деловой этикет и деловая культура. Влияние традиций, черт национального характера, политического и государственного устройства на деловое общение. Нормы делового этикета для выставок и ярмарок. Роль и место выставок и ярмарок в развитии деловых отношений. Задачи выставок и ярмарок. Требования делового этикета, предъявляемые к фирме-организатору и фирмам-участницам выставок и ярмарок. Формы и виды деловых отношений, складывающихся на выставке (ярмарке). Основная мораль выставочных мероприятий. Презентации и нормы делового этикета. Цели и задачи презентации, ее виды. Содержание презентации, методы ее проведения. Требования делового этикета для фирмы, организующей презентацию, и для приглашенных. Рекомендации выступающему на презентации. Искусство комплимента. Существенные отличия комплимента от лести. Особые требования к комплименту. Compliments: скрытые и явные. Сувениры и подарки в деловой сфере. Назначение подарков в современной деловой практике (что, кому, когда и как дарят). Правила делового этикета, действующие при вручении и получении подарков.

Тема 8. Этика профессиональной деятельности. Механизмы внедрения этических норм в современные деловые отношения

Этикет руководителя (менеджера). Деловой этикет руководителя: прием посетителей, сотрудников, проведение совещаний, отношения с подчиненными. Этические нормы служебного поведения руководителя в отношениях с представителями внешней среды фирмы: конкурентами, поставщиками, журналистами, общественностью и пр. Этикет секретаря. Цели и задачи секретариата, роль его в развитии деловых отношений. Особенности норм делового этикета для секретаря. Ограничения этического характера, накладываемые на служебное поведение секретаря. Деловой этикет переводчика. Роль переводчика в деловых отношениях, протекающих на международном уровне. Особенности норм делового этикета для переводчика и лиц, пользующихся его услугами. Современная деловая практика и механизмы внедрения этических норм, стандартов и требований в деловые отношения: кодексы, комитеты, тренинги и пр. Особая роль этического кодекса как регулятора служебного поведения и деловых отношений.

Аннотация программы учебной дисциплины «Конкурентные стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: сформировать представления о формах и методах конкуренции предприятий, об оценке и разработке адекватной конкурентной стратегии фирмы на основе анализа внутренних ресурсов развития и окружающей конкурентной среды.

Задачи курса: овладение приемами разработки конкурентной стратегии организации, навыками анализа информации о рыночной ситуации, разработка направлений усиления конкурентной позиции организации на рынке.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Конкурентные стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теории конкуренции и конкурентоспособности фирмы, существующие в истории экономической мысли;
- понятия конкурентных стратегий фирмы в интерпретации ведущих отечественных и зарубежных теоретиков.

Уметь:

- определять конкурентоспособность фирмы на основе концепции запаса конкурентоспособности товара;
- определять отличительные признаки стратегии доминирования на рынке;
- определять способы сегментирования рынка и осуществления стратегии узкой специализации.

Владеть:

- навыками анализа информации о рыночной ситуации;
- методами выбора конкурентной стратегии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Методологические подходы к конкуренции в рыночной экономике

Структурный подход. Функциональный подход. Поведенческий подход. Рыночный процесс: роль конкуренции и предпринимателя. Сопоставления точек зрения Й. Шумпетера и И. Кирцнера. Определение рынка. Неоднородность спроса и сегментация рынка. Пять сил рыночной конкуренции М. Портера.

Тема 2. Конкурентоспособность и методы ее достижения

Ценность товара для потребителя и методы ее повышения. Определение конкурентоспособности. Связь конкурентоспособности и потребительской ценности. Факторы формирования потребительской ценности. Ценность товара для физических лиц. Осознанная и неосознанная потребительская ценность. Принцип компенсации для продуктов и фирм. Связь свойств товаров и характеристик производящих их фирм. Поле конкурентных стратегий. Стандартный и специализированный бизнес. Четыре базовых стратегии конкуренции. Основные теории стратегий конкурентной борьбы: М. Портер, Х. Фризевинкель, Л.Г. Раменский. Дифференциация рыночных ниш. Цикл жизни фирмы.

Тема 3. Конкурентные стратегии в сфере крупного производства

База и границы эффективности крупного производства. Спрос на стандартные товары. Исторические подтверждения эффективности крупных фирм. Преимущества крупных предприятий в эпоху научно-технического прогресса. Маркетинговые и управленческие преимущества. Стратегия обслуживания массового спроса. Проблема загрузки мощностей. Создание стимулов для потребителя. Внутрифирменный механизм самоограничения монополистических злоупотреблений. Условия проявления монополистических злоупотреблений. Фиаско конкуренции: картели и сговоры. Стратегия подавления конкурентов. Пирамида компаний. Позиции лидера и вице-лидеров на рынке. Теория «преимущества первого хода». Массовый рынок как арена острой конкуренции. Эволюционный путь виолента. Три направления инвестиций крупной фирмы по

А.Чендлеру. Фирмы-львы, фирмы-слоны и фирмы-бегемоты. Тактика «ловкого второго». Жизненный цикл виолента. Роль диверсификации в развитии крупной фирмы. Стратегическое ядро фирмы. Виолентные стратегии российских и западных компаний.

Тема 5. Конкурентные преимущества узкой специализации

Дифференциация продукта и прирост его ценности для потребителя. Принципы сегментации рынка. Факторы дифференциации товаров. Выгоды производителя от дифференциации продукта. Критерий эффективности специализированного производства. Стратегия специализированных фирм в борьбе с конкурентами. Принцип конкурентного исключения. Возможность национального и мирового рыночного лидерства для малых фирм. Эволюционный путь фирмы-лисы (пациента). Способы формирования ниши по М. Портеру. Зрелость пациента и ее проблемы. Функционирование специализированных фирм как автономных дочерних обществ гигантов. Причины, методы и риски смены стратегии. Пациентные стратегии российских и западных компаний.

Тема 6. Конкурентные стратегии в сфере радикальных инноваций

Радикальные инновации — путь к свободным от конкурентов рынкам. Историческая роль малых фирм (эксплерентов) в НТП. Теория развития И. Шумпетера. Преимущества малых фирм-эксплерентов в сфере прорывного НТП. Организационные и финансовые проблемы пионерских проектов. Венчурный капитал и технопарки. Эволюция фирмы-ласточки (эксплерента). Технологические парки как организационная предпосылка массовости новаторства. Ценность нового товара для потребителя. Этапы рыночного успеха и массового производства. Причины, методы и риски смены стратегии. Недоиспользование потенциала инновационного бизнеса в России. Эксплерентные стратегии российских и западных компаний.

Тема 7. Конкурентные стратегии в сфере мелкого универсального бизнеса

Локальные потребности и их роль на рынке. Связующая роль в экономике мелких фирм-коммутантов. Стратегия мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами. Гибкость как центральный элемент конкурентной стратегии коммутантов. Партизанский маркетинг. Разновидности фирм-мышей (коммутантов). Мелкий бизнес традиционного типа. Коммутанты-субпоставщики. Конкурентное вытеснение неэффективного крупного производства мелким бизнесом. Коммутанты-подражатели и отсутствие безусловно-фиксированных издержек. Опасности роста для малой фирмы и стратегическая слабость мыши-переростка.

Аннотация программы учебной дисциплины «Стратегии ведения конкурентной борьбы»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: сформировать представления о формах и методах конкуренции предприятий, об оценке и разработке адекватной конкурентной стратегии фирмы на основе анализа внутренних ресурсов развития и окружающей конкурентной среды.

Задачи курса: овладение приемами разработки конкурентной стратегии организации, навыками анализа информации о рыночной ситуации, разработка направлений усиления конкурентной позиции организации на рынке.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Стратегии ведения конкурентной борьбы» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теории конкуренции и конкурентоспособности фирмы, существующие в истории экономической мысли;
- понятия конкурентных стратегий фирмы в интерпретации ведущих отечественных и зарубежных теоретиков;
- соотношение конкурентной и промышленной политики государства;
- факторы модификации конкуренции в условиях становления «новой» экономики.

Уметь:

- оценивать конкурентоспособность фирмы;
- определять отличительные признаки стратегии доминирования на рынке;
- определять способы сегментирования рынка и осуществления стратегии узкой специализации;
- проектировать жизненный цикл фирмы и освоить методологию прогнозирования её эволюции.

Владеть:

- навыками анализа информации о рыночной ситуации;
- методами выбора стратегии ведения конкурентной борьбы.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Методологические подходы к конкуренции в рыночной экономике

Рынки совершенной и несовершенной конкуренции. Конкуренция как процесс «созидательного разрушения» по Шумпетеру. Конкуренция как соперничество. Рыночный процесс: роль конкуренции и предпринимателя.

Тема 2. Стратегии ведения конкурентной борьбы в сфере крупного производства

База и границы эффективности крупного производства. Исторические подтверждения эффективности крупных фирм. Недостаточность традиционной теории экономики на масштабах производства для объяснения эффективности крупных фирм. Преимущества крупных предприятий в эпоху научно-технического прогресса. Повышенное значение крупных предприятий для экономики России. Стратегия обслуживания массового спроса. Естественные монополии и необходимость государственного регулирования их деятельности. Естественные монополии в России. Фиаско конкуренции: картели и сговоры. Картели и недобросовестная конкуренция в России, государственная антикартельная политика. Стратегия подавления конкурентов. Пирамида компаний. Массовый рынок как арена острой конкуренции. Три направления инвестиций крупной фирмы по А.Чендлеру. Фирмы-львы, фирмы-слоны и фирмы-бегемоты. Феномен самоускоряющегося роста. Тактика «ловкого второго». Роль диверсификации в развитии крупной фирмы.

Тема 3. Конкурентные преимущества узкой специализации

Стратегия дифференциации продукта. Преимущества дифференцированного продукта. Факторы дифференциации товаров. Выгоды производителя от дифференциации продукта. Критерий эффективности специализированного производства. Стратегия специализированных фирм в борьбе с конкурентами. Функционирование специализированных фирм как автономных дочерних обществ гигантов. Причины, методы и риски смены стратегии.

Тема 4. Стратегии ведения конкурентной борьбы в сфере мелкого универсального бизнеса

Стратегия мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами. Гибкость как центральный элемент конкурентной стратегии. Партизанский маркетинг. Мелкий бизнес традиционного типа. Фирмы-субпоставщики. Конкурентное вытеснение неэффективного крупного производства мелким бизнесом. Опасности роста для малой фирмы и стратегическая слабость.

Тема 5. Конкурентоспособность и кластеры национальной экономики

Конкуренция и структура современного рынка. Сообщество фирм и проблема устойчивости экономики. Конкурентоспособность сообщества фирм и международная конкурентоспособность наций. Понятие кластера по М. Портеру. Формирование, состав и роль кластеров для экономики. Транснациональные корпорации как фирмы, придерживающиеся эффективной смешанной стратегии.

Тема 6. Конкуренция и промышленная политика

Соотношение конкурентной и промышленной политики в государственной экономической стратегии. «Старая» промышленная политика: отраслевое регулирование, принудительное картелирование, протекционизм. «Новая» промышленная политика: снижение административных барьеров, содействие частно-государственному партнерству, военно-гражданская интеграция.

Тема 7. Конкуренция и «Новая экономика»

Подходы к определению понятия «новая экономика». Развитие конкурентных потенциалов рынков: доступность информации, свобода заключения сделок. Информационная экономика и «сетевые внешние эффекты» - контрконкурентные тенденции.

Аннотация программы учебной дисциплины «Корпоративные стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: изучение методологических и методических вопросов формирования и реализации стратегий развития корпораций во всем многообразии складывающихся на рынке конкурентных отношений, а также приобретение практических навыков по их достижению.

Задачи курса: развитие знаний, навыков и умений студентов в сфере анализа стратегических альтернатив и процесса их разработки, исследования факторов формирования вариантов портфелей стратегий и их прогнозирования, анализа эффективности вероятных портфелей стратегий, изучения подходов к формированию стратегических альтернатив, а также специфики принятия стратегических решений.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Корпоративные стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- типы стратегических альтернатив как возможные стратегические направления движения организации;
- факторы формирования вариантов портфелей стратегий и их прогнозирования;
- подходы к формированию стратегических альтернатив;
- методы анализа эффективности вероятных портфелей стратегии организации и основы их применения;
- специфику принятия стратегических решений в корпорации.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- классифицировать основные типы стратегических альтернатив организации;
- анализировать основные виды факторов, оказывающих влияние на формирование вариантов портфелей стратегий компаний;

- анализировать ситуацию на рынке, учитывать потенциал организации и на этой основе
- разрабатывать стратегические альтернативы, определять оптимальные стратегии и строить механизм стратегического управления организацией;
- определять критерии выбора стратегических альтернатив;
- использовать основные методы анализа эффективности вероятных портфелей стратегий;
- проводить портфельный анализ, стратегическую сегментацию рынка и на этой основе разрабатывать портфельные стратегии.

Владеть:

- современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;
- навыками формирования стратегических целей и стратегии организации;
- технологиями выбора оптимального портфеля стратегий организации;
- навыками оценки привлекательности стратегических зон хозяйствования, определения приоритетных направлений развития организации;
- технологиями разработки стратегических альтернатив;
- теоретико-методологическими подходами к разработке стратегий организации с учетом специфики отрасли и ситуации в ней;
- технологиями принятия стратегических решений в организации.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Процесс стратегического управления

Предмет и метод курса «Корпоративные стратегии». Целесообразность и сущность стратегического управления. Трактовки понятия стратегии.

Тема 2. Корневые компетенции и отбор сфер деятельности компании

Основные характеристики корневых компетенций. Выбор способа осуществления функций управления. Состав корневых компетенций. Выбор сфер деятельности компании. Детерминанты привлекательности рынка. Стратегическая разведка рынка.

Тема 3. Позиционирование бизнеса

Факторы, влияющие на восприятие потребителем уровня цены. Основные составляющие качества товаров и услуг. Этапы проектирования качества товаров и услуг. Матрица потребителя и матрица производителя. Промышленный шпионаж и бенч-маркетинг.

Тема 4. Определение стратегического типа фирмы

Типы фирм в соответствии с классификацией «цена - качество - удельные издержки - ключевые компетенции». Возможные стратегические траектории фирмы в зависимости от типа. Построение функциональных подсистем бизнеса.

Тема 5. Отбор конкурентных стратегий

Эталонные бизнес – стратегии. Характеристики основных стадий развития рынка\отрасли. Отбор конкурентных стратегий с использованием SWOT-анализа. Этапы SWOT-анализа.

Тема 6. Мини-стратегия компании

Формат описания миссии. Различия между миссией и целями предприятия. Факторы необходимости миссии в современных условиях. Требования к формулировке целей. Алгоритм постановки целей. Ключевые пространства определения целей организации. Способы построения дерева целей. Первичная корпоративная стратегия.

Тема 7. Сценарное планирование

Сущность сценарного планирования. Отличия традиционного стратегического планирования и сценарного подхода. Роль стратегических бесед в стратегическом

самообучении организации. Основные шаги методики сценарного планирования. Разработка стратегии в соответствии с составленными сценариями. Основные подходы к выбору стратегии по Портеру и Шнаарсу. Типы матриц влияния.

Тема 8. Корпоративные стратегии

Сущность и задачи корпорации. Принципы построения портфеля бизнесов корпорации. Способы воздействия корпорации на бизнес. Стратегические альянсы как способ корпоративного развития. Мотивы создания стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов. Типы издержек иерархии. Способы определения эффективности деятельности корпорации.

Тема 9. Управление предприятием для успешной реализации стратегии

Основные этапы цикла реализации стратегии. Система стратегических изменений. Реализация стратегии и получение информации. Стратегический и тактический контроллинг: сущность и функции. Переход от стратегии к программе развития организации. Алгоритм организации эффективного стратегического управления предприятием.

Аннотация программы учебной дисциплины «Стратегии развития современной организации»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование у студентов культуры стратегического мышления и теоретической базы по основным проблемам стратегий управления организацией, а также устойчивых практических навыков его самостоятельного использования для решения соответствующих задач в профессиональной деятельности.

Задачи курса: развитие знаний, навыков и умений студентов в сфере анализа стратегических альтернатив и процесса их разработки, исследования факторов формирования вариантов портфелей стратегий и их прогнозирования, анализа эффективности вероятных портфелей стратегий, изучения подходов к формированию стратегических альтернатив, а также специфики принятия стратегических решений.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Стратегии развития современной организации» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные закономерности и принципы формирования стратегии управления организацией;
- принципы определения стратегического типа фирмы, а также условия и специфику процессов разработки и реализации стратегии управления организацией;
- принципы определения корневых компетенций и направления развития организации;
- принципы разработки стратегии управления организацией с учетом специфики отрасли и ситуации;
- особенности реализации стратегии управления организацией.

Уметь:

- планировать, проводить и оценивать результаты исследовательской работы;
- формулировать задачи стратегий управления организацией с учетом существующих ограничений;

- интегрировать различные методы и методики теоретических и экспериментальных исследований для решения конкретных задач разработки стратегий управления организацией;
- модернизировать методики получения и обработки информации, необходимой для принятия решений в области сценарного планирования и разработки корпоративных стратегий;
- выбирать и использовать методы для анализа существующих и моделируемых стратегий управления организацией, а также стратегического типа организации;
- критически оценивать полученные данные и определять их перспективность.

Владеть:

- опытом разработки эффективных стратегий управления организацией с использованием широкого спектра научно-исследовательских методик и информации;
- устойчивыми навыками проведения экономико-математического моделирования для выбора оптимальных стратегий управления организацией;
- методикой рационального определения условий и ограничений применения стратегий управления организацией;
- навыками обработки, систематизации и анализа полученных результатов.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Процесс стратегического управления

Предмет и метод курса. Целесообразность и сущность стратегического управления.

Трактовки понятия стратегии.

Тема 2. Корневые компетенции и отбор сфер деятельности организации

Основные характеристики корневых компетенций. Выбор способа осуществления функций управления. Состав корневых компетенций. Выбор сфер деятельности организации. Детерминанты привлекательности рынка. Стратегическая разведка рынка.

Тема 3. Позиционирование бизнеса

Факторы, влияющие на восприятие потребителем уровня цены. Основные составляющие качества товаров и услуг. Этапы проектирования качества товаров и услуг. Матрица потребителя и матрица производителя. Промышленный шпионаж и бенч-маркетинг.

Тема 4. Определение стратегического типа организации

Типы организаций в соответствии с классификацией «цена - качество - удельные издержки - ключевые компетенции». Возможные стратегические траектории организации в зависимости от типа. Построение функциональных подсистем бизнеса.

Тема 5. Отбор конкурентных стратегий

Эталонные бизнес – стратегии. Характеристики основных стадий развития рынка/отрасли. Отбор конкурентных стратегий с использованием SWOT-анализа. Этапы SWOT-анализа.

Тема 6. Мини-стратегия организации

Формат описания миссии. Различия между миссией и целями организации. Факторы необходимости миссии в современных условиях. Требования к формулировке целей. Алгоритм постановки целей. Ключевые пространства определения целей организации. Способы построения дерева целей. Первичная корпоративная стратегия.

Тема 7. Сценарное планирование

Сущность сценарного планирования. Отличия традиционного стратегического планирования и сценарного подхода. Роль стратегических бесед в стратегическом самообучении организации. Основные шаги методики сценарного планирования. Разработка стратегии в соответствии с составленными сценариями. Основные подходы к выбору стратегии по Портеру и Шнаарсу. Типы матриц влияния.

Тема 8. Корпоративные стратегии

Сущность и задачи корпорации. Принципы построения портфеля бизнесов корпорации. Способы воздействия корпорации на бизнес. Стратегические альянсы как способ корпоративного развития. Мотивы создания стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов. Типы издержек иерархии. Способы определения эффективности деятельности корпорации.

Тема 9. Управление организацией для успешной реализации стратегии

Основные этапы цикла реализации стратегии. Система стратегических изменений. Реализация стратегии и получение информации. Стратегический и тактический контроллинг: сущность и функции. Переход от стратегии к программе развития организации. Алгоритм организации эффективного стратегического управления организацией.

Тема 10. Стратегии управления организацией в условиях глобализации

Ключевые факторы глобализации, оказывающие влияние на формирование стратегий. Международная конкуренция и стратегии выхода на международные рынки. Организации глобального будущего: новая парадигма стратегии.

Аннотация программы учебной дисциплины «Производственные стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование научных знаний, практических навыков и компетенций в сфере предстоящей профессиональной деятельности на предприятиях любого размера и формы собственности; развитие способностей стратегического видения в принятии управленческих решений, касающихся формирования как долгосрочных целей, так и текущих задач.

Задачи курса: изучение основ формирования производственной стратегии предприятия в условиях инновационной экономики на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, освоению принципов, методов и инструментов разработки эффективной производственной стратегии в условиях конкуренции.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Производственные стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- тенденции развития и концепции производственных стратегий предприятия;
- содержание составных частей производственной стратегии;
- сущность и механизм реализации методов производственной стратегии.

Уметь:

- выявлять проблемы, связанные с выбором и реализацией производственной стратегии предприятия;
- систематизировать и анализировать информацию о состоянии, изменении и перспективах производственного развития предприятия;
- разрабатывать миссию, цели, программы производственной стратегии предприятия.

Владеть:

- специальной терминологией, навыками обоснования и выбора стратегических направлений в сфере производства;
- методами анализа факторов внешней и внутренней среды предприятия;

- методами группировки и фокусирования производства в целях обеспечения его конкурентоспособности.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Цель и миссия производственной системы. Основные стратегические приоритеты операционной деятельности организации. Характеристика важнейших стратегических приоритетов производственного предприятия. Основные тенденции смещения стратегических приоритетов в современных условиях.

Понятие и виды стратегических решений в производстве.

Базовая стратегия производства.

Альтернативы базовой стратегии производства (полное удовлетворение спроса, производство продукции по среднему уровню спроса, производство продукции по нижнему уровню спроса).

Стратегия размещения производства.

Стратегия организации производства. Реализация стратегии организации производства (программа синхронизации производства, программа управления материальными потоками на предприятии, программа повышения организационной гибкости производства).

Аннотация программы учебной дисциплины «Операционные стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование научных знаний, практических навыков и компетенций в сфере предстоящей профессиональной деятельности на предприятиях любого размера и формы собственности; развитие способностей стратегического видения в принятии управленческих решений, касающихся формирования как долгосрочных целей, так и текущих задач.

Задачи курса: изучение основ формирования операционной стратегии предприятия в условиях инновационной экономики на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу, освоению принципов, методов и инструментов разработки эффективной производственной стратегии в условиях конкуренции.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Операционные стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- тенденции развития и концепции операционных стратегий предприятия;
- содержание составных частей операционной стратегии;
- сущность и механизм реализации методов операционной стратегии.

Уметь:

- выявлять проблемы, связанные с выбором и реализацией операционной стратегии предприятия;
- систематизировать и анализировать информацию о состоянии, изменении и перспективах производственного развития предприятия;
- разрабатывать миссию, цели, программы операционной стратегии предприятия.

Владеть:

- специальной терминологией, навыками обоснования и выбора стратегических направлений в сфере производства;

- методами анализа факторов внешней и внутренней среды предприятия;
- методами группировки и фокусирования производства в целях обеспечения его конкурентоспособности.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Цель и миссия производственной системы. Основные стратегические приоритеты операционной деятельности организации. Характеристика важнейших стратегических приоритетов предприятия. Основные тенденции смещения стратегических приоритетов в современных условиях.

Понятие и виды стратегических решений в производстве.

Базовая операционная стратегия.

Альтернативы базовой операционной стратегии (полное удовлетворение спроса, производство продукции по среднему уровню спроса, производство продукции по нижнему уровню спроса).

Стратегия размещения производства.

Стратегия организации производства. Реализация стратегии организации производства (программа синхронизации производства, программа управления материальными потоками на предприятии, программа повышения организационной гибкости производства).

Аннотация программы учебной дисциплины «Маркетинговые стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: сформировать у студентов навыки использования современных маркетинговых технологий в процессе разработки маркетинговых стратегий.

Задачи курса: ознакомить с видами, источниками и методами сбора маркетинговой информации для разработки стратегических планов; научить методам разработки плана исследования, методикам составления конкретных разделов стратегии, организационным основам внедрения принципов стратегического управления, формированию механизма реализации, мониторинга и обновления стратегии развития и стратегического плана действий в зависимости от изменений внешней и внутренней среды.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность стратегического маркетинга;
- особенности, методы и принципы стратегического маркетинга;
- систему маркетингового управления фирмой;
- основные маркетинговые стратегии;
- стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.

Уметь:

- ориентироваться на рынке среди конкурентов;
- проводить анализ рыночных параметров;
- разрабатывать стратегии маркетинга;
- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Владеть:

- навыками подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений;
- методикой разработки маркетинговой стратегии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента

Изменение приоритетной роли маркетинга: пассивный, организационный, активный маркетинг. Эволюция стратегических подходов. «Три кита» стратегии. Роль и задачи стратегического маркетинга. Этапы планирования. Детерминанты стратегического маркетинга. Этапы разработки маркетинговой стратегии компании.

Тема 2. Типовые маркетинговые стратегии

Стратегические активы в системе целей долгосрочного развития предприятия: современные приоритеты. Типовые маркетинговые стратегии. Оборонительная стратегия. Принципы наступательной войны. Принципы фланговой войны. Принципы партизанской войны.

Тема 3. Базовые маркетинговые стратегии

Стратегия лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Стратегия дифференциации. Особенности стратегии дифференциации. Стратегия специализации. Особенности стратегии специализации. Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост.

Тема 4. Стратегии сегментирования и позиционирования

Последовательность этапов сегментирования и позиционирования. Два уровня сегментирования: макросегментирование, микросегментирование. Макросегментирование: рынок товара, рынок решений, отрасль промышленности. Стратегии охвата базового рынка: концентрации или фокуса; функционального специалиста; специализации по клиенту; селективной специализации; полного охвата. Эволюция базового рынка: расширение рынка с включением новых групп потребителей; расширение с включением новых функций, замещение технологий. Микросегментация, этапы микросегментационного анализа, принципы и критерии микросегментации. Социально – демографическая сегментация, сегментация по выгодам, поведенческая, сегментация, по стилям жизни. Технология проведения сегментации по стилям жизни. Сравнительный анализ сегментов рынка. Выбор стратегии охвата целевых рынков. Стратегии позиционирования, переменные дифференциации. Технология BrandMapping в позиционировании товара.

Тема 5. Товарные стратегии компании

Жизненный цикл товара: виды, маркетинговые стратегии на различных этапах. Задачи компании и соответствующие товарные стратегии. Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей и конкурентной стратегии. Инновации и разработка нового товара. Парадигма открытых инноваций. Идентификация ключевых технологий фирмы. Решения, связанные с управлением торговыми марками. Товар – микс, решения относительно товарных линий. Виды марочных стратегий: индивидуальная, зонтичная, корпоративная.

Тема 6. Ценовые стратегии

Ценообразование в рамках комплекса маркетинг (альтернативные маркетинговые программы в зависимости от цен). Магический треугольник ценообразования. Этапы разработки стратегии ценообразования. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию. Задачи ценообразования. Оценка ценностной конкурентоспособности и цены. Воспринимая ценность товара. Альтернативные стратегии ценообразования.

Ценовое стимулирование. Механизмы контроля уровня наценок, устанавливаемых посредниками.

Тема 7. Стратегии в области распределения

Роль маркетинговых каналов в цепочке создания ценности. Дизайн канала сбыта. Интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение. Варианты маркетинговых каналов. Управление каналами распределения: выбор посредников, мотивация и контроль посредников. Развитие маркетинговых каналов, вертикальные и горизонтальные системы маркетинговой интеграции. Пути преодоления входных барьеров в крупные торговые сети.

Тема 8. Коммуникационные стратегии

Стратегические исследования при реализации коммуникационной стратегии. Комплекс маркетинговых коммуникаций, ATL и BTL. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями (ИМК). Элементы рекламной компании и ИМК: ситуационный анализ; ключевые стратегические решения (цели, целевые аудитории, позиция и имидж бренда, бюджет); стратегия использования ИМК (измеримые цели использования медиаресурсов, выбор носителей рекламы и распределение ресурсов, составление графика); стратегия послания (ключевые идеи о потребителях, предпосылки для продажи, креативная идея); исполнение коммуникативной стратегии; оценки эффективности. Стратегии проталкивания и привлечения покупателей к товару. Реклама и PR: логический и эмоциональный подходы. Социальная ответственность при реализации коммуникационных стратегий.

Аннотация программы учебной дисциплины «Рыночные стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: сформировать у студентов навыки использования современных маркетинговых технологий в процессе разработки рыночных стратегий.

Задачи курса: ознакомить с видами, источниками и методами сбора маркетинговой информации для разработки стратегических планов; научить методам разработки плана исследования, методикам составления конкретных разделов стратегии, организационным основам внедрения принципов стратегического управления, формированию механизма реализации, мониторинга и обновления стратегии развития и стратегического плана действий в зависимости от изменений внешней и внутренней среды; научить использованию стратегических матриц для анализа и разработки стратегических направлений развития.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Рыночные стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-4, ПК-5.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- систему маркетингового управления фирмой;
- основные рыночные стратегии;
- стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга.

Уметь:

- ориентироваться на рынке среди конкурентов;
- проводить анализ рыночных параметров;
- разрабатывать рыночные стратегии;

- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Владеть:

- навыками подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений;
- методикой разработки рыночной стратегии.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы

Понятие конкуренции. Достоинства конкуренции как инструмента рыночного равновесия. Виды конкурентов. Факторы, определяющие поведение отраслевых конкурентов. Барьеры выхода в отрасль. Модель пяти конкурентных сил. Типология конкурентных ситуаций.

Тема 2. Разработка рыночной стратегии компании

Разработка миссии и определение цели фирмы. Стратегический анализ и диагностика. Стратегический выбор. Разработка стратегии. Определение механизма контроля.

Тема 3. Базовые рыночные стратегии

Стратегия лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Стратегия дифференциации. Особенности стратегии дифференциации. Стратегия специализации. Особенности стратегии специализации. Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост.

Тема 4. Стратегии сегментирования и позиционирования

Последовательность этапов сегментирования и позиционирования. Два уровня сегментирования. Макросегментирование: рынок товара, рынок решений, отрасль промышленности. Стратегии охвата базового рынка: концентрации или фокуса; функционального специалиста; специализации по клиенту; селективной специализации; полного охвата. Эволюция базового рынка: расширение рынка с включением новых групп потребителей; расширение с включением новых функций, замещение технологий. Микросегментация, этапы микросегментационного анализа, принципы и критерии микросегментации. Социально – демографическая сегментация, сегментация по выгодам, поведенческая, сегментация, по стилям жизни. Технология проведения сегментации по стилям жизни. Сравнительный анализ сегментов рынка. Выбор стратегии охвата целевых рынков. Стратегии позиционирования, переменные дифференциации. Технология BrandMapping в позиционировании товара.

Тема 5. Товарные стратегии компании

Жизненный цикл товара: виды, маркетинговые стратегии на различных этапах. Задачи компании и соответствующие товарные стратегии. Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей и конкурентной стратегии. Инновации и разработка нового товара. Парадигма открытых инноваций. Идентификация ключевых технологий фирмы. Решения, связанные с управлением торговыми марками. Товар – микс, решения относительно товарных линий. Виды марочных стратегий: индивидуальная, зонтичная, корпоративная.

Тема 6. Ценовые стратегии

Ценообразование в рамках комплекса маркетинг (альтернативные маркетинговые программы в зависимости от цен). Магический треугольник ценообразования. Этапы разработки стратегии ценообразования. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию. Задачи ценообразования. Оценка ценностной конкурентоспособности и цены. Воспринимая ценность товара. Альтернативные стратегии ценообразования.

Ценовое стимулирование. Механизмы контроля уровня наценок, устанавливаемых посредниками.

Тема 7. Стратегии в области распределения

Роль маркетинговых каналов в цепочке создания ценности. Дизайн канала сбыта. Интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение. Варианты маркетинговых каналов. Управление каналами распределения: выбор посредников, мотивация и контроль посредников. Развитие маркетинговых каналов, вертикальные и горизонтальные системы маркетинговой интеграции. Пути преодоления входных барьеров в крупные торговые сети.

Тема 8. Коммуникационные стратегии

Стратегические исследования при реализации коммуникационной стратегии. Комплекс маркетинговых коммуникаций, ATL и BTL. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями (ИМК). Элементы рекламной компании и ИМК: ситуационный анализ; ключевые стратегические решения (цели, целевые аудитории, позиция и имидж бренда, бюджет); стратегия использования ИМК (измеримые цели использования медиаресурсов, выбор носителей рекламы и распределение ресурсов, составление графика); стратегия послания (ключевые идеи о потребителях, предпосылки для продажи, креативная идея); исполнение коммуникативной стратегии; оценки эффективности. Стратегии проталкивания и привлечения покупателей к товару. Реклама и PR: логический и эмоциональный подходы. Социальная ответственность при реализации коммуникационных стратегий.

Тема 9. Компания, ориентированная на потребителей: последовательность перехода к новой модели управления

Стратегии внутреннего маркетинга. Возможные способы организации маркетинга на предприятии. Организация, внедрение, оценка и контроль маркетинговой деятельности. Разработка последовательности шагов и мероприятий. Внедрение отдельного маркетингового подразделения или активная пропаганда маркетинговых принципов внутри предприятия. Участие в решении стратегических, тактических и оперативных задач. Обучение и переподготовка персонала. «Оболочечная» маркетинговая фирма и контроль сети предприятий. Преодоление сопротивления управленческим нововведениям. Проведение маркетингового аудита. Поддержание ориентации на потребителя.

Аннотация программы учебной дисциплины «Финансовые стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование у студентов системы теоретических знаний, аналитических и практических навыков принятия стратегических решений в области управления финансами, организации процесса разработки финансовой стратегии в организации.

Задачи курса:

- сформировать представление об общей методологии стратегического управления и возможных инструментальных средствах разработки ССП;

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Финансовые стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-3, ПК-4, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- систему принятия стратегических финансовых решений в современной компании;

- роль и назначение финансового планирования и бюджетирования в коммерческих организациях;
- особенности планировании операций, обеспечивающих достижение целей организации;
- основы организации эффективного контроля расходования финансовых и материальных ресурсов.

Уметь:

- организовать процесс разработки и принятия стратегических управленческих решений в области финансового планирования;
- разрабатывать финансовую стратегию организации;
- контролировать расходование финансовых и материальных ресурсов.

Владеть:

- прикладными навыками в области принятия стратегических финансовых решений в современной компании;
- методикой разработки финансовой стратегии организации.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Сущность финансовой стратегии предприятия, ее виды и состав.

Принципы разработки финансовой стратегии. Методы разработки финансовой стратегии.

Комплексная диагностика предприятия – основа выработки стратегических решений.

Этапы разработки финансовой стратегии предприятия. Стратегические цели и их реализация в финансовой стратегии предприятия.

Структура капитала предприятия и методы ее оптимизации.

Дивидендная политика предприятия в рамках его финансовой стратегии.

Рыночная стоимость предприятия как интегральная оценка качества управления. Оценка качества разработанной финансовой стратегии.

Управление реализацией финансовой стратегии предприятия. Финансовое планирование и прогнозирование на предприятии.

Среднесрочные финансовые решения в финансовом планировании. Содержание текущего финансового планирования.

Теоретические и методологические основы бюджетирования. Информационные основы бюджетирования. Структура сводного бюджета организации.

Контроль за исполнением бюджетов – неотъемлемая часть финансового планирования. Мониторинг исполнения бюджета.

Аннотация программы учебной дисциплины «Финансовый менеджмент»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: сформировать комплекс теоретических знаний и практических навыков в области управления финансами организации, раскрыть роль, функции и основы взаимодействия теории и практики финансового менеджмента в условиях рыночной экономики, дать фундаментальную подготовку по основам управления финансами, необходимую для успешного освоения дисциплин профессионального цикла, рассмотреть систему современных методов финансового управления; сформировать логику принятия управленческих решений в сфере финансовой деятельности, обеспечивающих их высокий динамизм и вариативность; ознакомить с современными финансовыми инструментами, используемыми на практике.

Задачи курса:

- формирование представления о финансовом менеджменте как системе управления;

- изучение принципов организации и базовых концепций управления финансами, а также основных элементов финансового механизма;
- изучение процесса управления имуществом (активами) предприятия, источниками его формирования (пассивами), финансовыми рисками;
- рассмотрение системы антикризисного финансового управления предприятием при угрозе банкротства;
- привитие практических навыков работы с различными информационными источниками при принятии управленческих решений финансового характера;
- изучение и применение на практике различных методов внутрифирменного финансового планирования и финансового анализа, оптимизации величины активов и структуры капитала, учета фактора времени в финансовых расчетах, оценки инвестиционных проектов, денежных потоков, степени финансовых рисков и др.;
- изучение закономерностей денежного оборота хозяйствующего субъекта;
- изучение системы информационного обеспечения финансового менеджмента;
- формирование представления о стратегии финансового управления в современной рыночной экономике;
- овладение современными методиками оценки эффективности принимаемых финансовых решений.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Финансовый менеджмент» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-3, ПК-4, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые концепции финансового менеджмента, такие как временная стоимость денег, будущая и приведенная стоимость, альтернативные затраты, экономическая прибыль и использовать эти концепции для оценки стоимости предприятия и его активов, оценки ценных бумаг, определения стоимости предприятия и для других целей финансового менеджмента;
- сущность, функции и основные принципы организации финансового менеджмента, его информационное обеспечение;
- основы управления активами и пассивами предприятия, его финансовыми рисками;
- основные цели финансового планирования, практические навыки по использованию бюджетирования в управлении предприятием;
- современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие на предприятии денежный оборот, системы платежей и расчетов, практику их применения;
- практику организации и регулирования денежных потоков предприятия с эффективным использованием в этих целях финансового механизма и различных финансовых инструментов;
- основные принципы и методы принятия инвестиционных решений, выбора источников их финансирования и формирования структуры капитала компании;
- методы антикризисного финансового управления предприятием при угрозе банкротства;
- основную отечественную и зарубежную литературу по теоретическим и практическим вопросам управления финансами хозяйствующих субъектов.

Уметь:

- применять на практике различные методы внутрифирменного финансового планирования и финансового анализа;
- анализировать информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния предприятия;
- проводить расчет оптимизации величины активов и структуры капитала предприятия;
- использовать современные методики оценки эффективности инвестиционных проектов;
- количественно и качественно оценивать денежные потоки предприятия;
- владеть методиками оценки и управления финансовыми рисками;
- использовать современное программное обеспечение для разработки и реализации финансовых управленческих решений, а также оценки их эффективности.

Владеть навыками:

- работы с действующей бухгалтерской (финансовой) отчетностью, решения задач по финансовой математике, оценке инвестиционных проектов, принятию решений в отношении активов и источников средств организации;
- оценки эффективности финансовой деятельности хозяйствующего субъекта;
- чтения и оценки важнейших финансовых документов (отчетности);
- разработки бюджетов, а также различных других форм финансовых планов;
- управления структурой капитала и оценки его доходности;
- оценки финансовых рисков;
- построения долгосрочной и краткосрочной финансовой политики в организации.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Предмет финансового менеджмента

Цели, функции и задачи финансового менеджмента. Информационное обеспечение финансового менеджмента. Задачи финансового менеджера; организация финансовой службы на предприятии. Содержание финансового менеджмента и его место в системе управления организацией. Финансовое планирование. Финансовый анализ. Финансовый контроль.

Тема 2. Анализ финансового состояния как основа для принятия решений в финансовом менеджменте

Роль финансовой отчетности в финансовом менеджменте. Финансовое положение организации и факторы, влияющие на него. Показатели платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости организации, рентабельности и деловой активности. Оценка финансового состояния организации.

Тема 3. Теория временной стоимости денег

Временная стоимость денег. Понятие будущей стоимости, текущей стоимости денег. Нарращение и дисконтирование. Понятие процентов. Понятие аннуитетов. Учет фактора инфляции в финансовом менеджменте.

Тема 4. Разработка финансовых стратегий

Сущность финансовой стратегии организации. Управление реализацией стратегией финансовой деятельности организации.

Тема 5. Управление активами организации

Сущность активов организации, их классификация. Управление внеоборотными активами. Управление оборотными активами. Управление запасами. Управление дебиторской задолженностью. Управление денежными активами.

Тема 6. Управление источниками финансирования деятельности организации

Понятие капитала. Состав источников финансирования деятельности организации: собственные и заемные. Показатели эффективности использования капитала. Понятие

стоимости капитала. Затраты на источник «заемный капитал». Затраты на источник «собственный капитал». Средневзвешенные затраты на капитал – WACC. Оптимальная структура капитала. Управление собственным капиталом. Сущность дивидендной политики. Управление заемным капиталом. Управление банковским кредитом. Управление кредиторской задолженностью. Управление финансовым лизингом. Управление товарным кредитом.

Тема 7. Управление инвестициями (инвестиционная политика)

Экономическая сущность и классификация инвестиций предприятия. Понятие инвестиционного проекта, содержание. Инвестиционная политика предприятия. Формирование бюджета капиталовложений. Управление реальными инвестициями. Управление финансовыми инвестициями. Эффективность инвестиционных проектов. Критерии оценки эффективности инвестиционных проектов: Учетная норма доходности (Accounting Rate of Return, ARR); Срок окупаемости (Payback Period, PP); Чистая приведенная стоимость (Net Present Value, NPV); Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR); Индекс рентабельности инвестиций (Profitability Index, PI). Сравнение проектов с разными сроками реализации по критерию NPV.

Тема 8. Управление денежными потоками

Понятие и классификация денежных потоков организации. Управление денежными потоками.

Тема 9. Финансовые риски в организации

Сущность и виды финансовых рисков. Политика управления финансовыми рисками. Систематический и несистематический риск. Диверсификация и риск инвестиционного портфеля. Взаимосвязь риска и доходности; модель оценки капитальных активов (CAPM).

Тема 10. Проблемы кризисного состояния организации. Антикризисное управление

Виды кризисов, их причины. Прогнозирование вероятности банкротства. Процедуры, связанные с банкротством. Пути выхода из кризисной ситуации и предотвращения банкротства.

Аннотация программы учебной дисциплины «Бизнес-планирование деятельности современной организации»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование профессиональных знаний, необходимых для выполнения функций планирования и прогнозирования в системе управления современным предприятием. Благодаря раскрытию особенностей и важности такой управленческой функции как планирование, и ее основы - эффективного предвидения, а также изучению достаточного количества конкретных методик и моделей планирования и прогнозирования, необходимых для работы как менеджера - плановика, так и специалиста, менеджера любого звена управления у слушателей формируется системный подход к управлению на всех его уровнях и во всех хозяйственных звеньях.

Задачи курса:

- подготовка магистров к самостоятельной оценке ситуации и принятию решений по выработке обоснованной системы планов предприятия;
- научить магистров, используя расчетно-аналитические модели, разрабатывать, оценивать и выбирать наиболее оптимальные варианты планов развития предприятий.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-планирование деятельности современной организации» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных

ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные закономерности развития современного рыночного хозяйства и общие принципы ведения бизнеса в условиях рынка;
- современный аналитический инструментарий управления, методологию системного подхода к организации, количественные методы в управлении, методы диагностики, анализа и решения проблем, а также современные методы и приемы разработки и практической реализации управленческих решений.

Уметь:

- разрабатывать бизнес-план;
- определять миссию и цели организации, выявлять ее сильные и слабые стороны в конкурентной среде, а также разрабатывать на этой основе стратегию организации и реализовывать ее на практике.

Владеть:

- навыками анализа внешнего окружения и ситуации в компании;
- методикой разработки бизнес-плана.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Плановый характер деятельности фирмы как основа стратегии ее развития

Бизнес-план в системе планов организации. Планы, программы и проекты. Целеполагание в планировании. Разработка стратегических положений плана: выбор видения, миссии, ценностей и целей предприятия.

Тема 2. Структура и содержание бизнес-плана.

Определение бизнес-плана: кем, когда и для кого разрабатывается. Цели и задачи бизнес-плана. Основные отличия бизнес-плана от других плановых документов. Этапы разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Состав его основных разделов.

Тема 3. Анализ положения дел в отрасли

Описание положения дел в отрасли и рынки сбыта. Жизненный цикл продукции и его виды. Сетка развития товаров и рынков. Оценка конкуренции и выбор конкурентной стратегии. Сегментация рынка. SWOT анализ и PEST анализ.

Тема 4. План маркетинга

План маркетинга. Описание товаров или услуг. Ценообразование. Схемы распространения товаров. Методы стимулирования продаж. План по продвижению. Медиа-план.

Тема 5. Производственный план

Производственный план. Основные методы производства и технологии. Общая структура производственного процесса. Понятие производственной мощности. Работа с поставщиками. Производственные издержки. Выбор месторасположения. Факторы микро- и макро-уровней при размещении материально-технических объектов.

Тема 6. Организационный план

Календарный план. График Ганта. План по персоналу. Юридический план. Виды организационных структур управления. Понятие нормы управляемости. Проблемы делегирования полномочий. Тенденции изменения организаций. Реорганизация предприятия. Реинжиниринг бизнеса.

Тема 7. Финансовый план

Финансовый план: структура и содержание. Выбор стратегии финансирования. Методы финансового планирования. Денежные потоки в финансовом планировании. Точка безубыточности. Оценка эффективности капиталовложений.

Тема 8. План по рискам

Понятие риска. Методы выявления рисков проекта. Оценка рисков. Выбор методов борьбы и снижения риска.

Аннотация программы учебной дисциплины «Разработка бизнес-стратегии»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса: формирование профессиональных знаний, необходимых для выполнения функций планирования и прогнозирования в системе управления современным предприятием. Благодаря раскрытию особенностей и важности такой управленческой функции как планирование, и ее основы - эффективного предвидения, а также изучению достаточного количества конкретных методик и моделей планирования и прогнозирования, необходимых для работы как менеджера - плановика, так и специалиста, менеджера любого звена управления у слушателей формируется системный подход к управлению на всех его уровнях и во всех хозяйственных звеньях.

Задачи курса:

- подготовка магистров к самостоятельной оценке ситуации и принятию решений по выработке обоснованной системы планов предприятия;
- научить магистров, используя расчетно-аналитические модели, разрабатывать, оценивать и выбирать наиболее оптимальные варианты планов развития предприятий.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Разработка бизнес-стратегии» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ПК-2, ПК-3, ПК-04, ПК-5, ПК-6.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные закономерности развития современного рыночного хозяйства и общие принципы ведения бизнеса в условиях рынка;
- современный аналитический инструментарий управления, методологию системного подхода к организации, количественные методы в управлении, методы диагностики, анализа и решения проблем, а также современные методы и приемы разработки и практической реализации управленческих решений.

Уметь:

- разрабатывать бизнес-план;
- определять миссию и цели организации, выявлять ее сильные и слабые стороны в конкурентной среде, а также разрабатывать на этой основе стратегию организации и реализовывать ее на практике.

Владеть:

- навыками анализа внешнего окружения и ситуации в компании;
- методикой разработки бизнес-плана.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Тема 1. Плановый характер деятельности фирмы как основа стратегии ее развития

Бизнес-план в системе планов организации. Планы, программы и проекты. Целеполагание в планировании. Разработка стратегических положений плана: выбор видения, миссии, ценностей и целей предприятия.

Тема 2. Структура и содержание бизнес-плана.

Определение бизнес-плана: кем, когда и для кого разрабатывается. Цели и задачи бизнес-плана. Основные отличия бизнес-плана от других плановых документов. Этапы разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Состав его основных разделов.

Тема 3. Анализ положения дел в отрасли

Описание положения дел в отрасли и рынки сбыта. Жизненный цикл продукции и его виды. Сетка развития товаров и рынков. Оценка конкуренции и выбор конкурентной стратегии. Сегментация рынка. SWOT анализ и PEST анализ.

Тема 4. План маркетинга

План маркетинга. Описание товаров или услуг. Ценообразование. Схемы распространения товаров. Методы стимулирования продаж. План по продвижению. Медиа-план.

Тема 5. Производственный план

Производственный план. Основные методы производства и технологии. Общая структура производственного процесса. Понятие производственной мощности. Работа с поставщиками. Производственные издержки. Выбор месторасположения. Факторы микро- и макро-уровней при размещении материально-технических объектов.

Тема 6. Организационный план

Календарный план. График Гантта. План по персоналу. Юридический план. Виды организационных структур управления. Понятие нормы управляемости. Проблемы делегирования полномочий. Тенденции изменения организаций. Реорганизация предприятия. Реинжиниринг бизнеса.

Тема 7. Финансовый план

Финансовый план: структура и содержание. Выбор стратегии финансирования. Методы финансового планирования. Денежные потоки в финансовом планировании. Точка безубыточности. Оценка эффективности капиталовложений.

Тема 8. План по рискам

Понятие риска. Методы выявления рисков проекта. Оценка рисков. Выбор методов борьбы и снижения риска.

Аннотация программы практики «Научно-исследовательская практика»**4. Цели и задачи практики**

Цель практики: закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами в процессе аудиторных занятий; расширение профессионального кругозора студентов; приобретение опыта научно-исследовательской работы в сфере стратегического менеджмента; изучение методологии, конкретных методов и методик исследования в области проблем менеджмента.

Задачи практики: ознакомление и анализ научной литературы по теме исследования и подготовка обзора научной литературы; изучение нормативно-справочных документов по исследуемой проблеме; выявление и формулирование актуальной научной проблемы, уточнение темы исследования с учетом степени изученности темы; обоснование актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования; разработка программы самостоятельного научного исследования в области управления; проведение самостоятельного исследования в области управления; представление результатов проведенных исследований в виде научного отчета, статьи или доклада.

5. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате прохождения научно-исследовательской практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные концепции теории стратегического управления;
- методологию и инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- принципы корпоративного управления для повышения инвестиционной привлекательности компании на рынке.

Уметь:

- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;
- представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;
- обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

Владеть:

- навыками исследования, постановки и решения проблем в области стратегического менеджмента;
- навыками публичных деловых и научных коммуникаций для презентации результатов исследований в области управления;
- методами экономического анализа макро- и микросреды бизнеса.

6. Содержание дисциплины, основные разделы

Подготовительный этап:

- инструктаж по технике безопасности и правилам работы на предприятиях, в организациях, научных библиотеках;
- инструктаж по подготовке программы исследования, методам и методикам сбора информации в соответствии с целями и задачами практики в организации;
- составление плана прохождения практики;
- составление дневника прохождения практики.

Экспериментальный этап:

- сбор и обработка полученной информации;
- анализ полученной информации.

Подготовка отчета по практике.

Защита отчета по практике.

Аннотация программы практики «Организационно-управленческая практика»

1. Цели и задачи практики

Цель практики: закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении теоретических дисциплин, на основе изучения организационно-управленческой деятельности промышленных предприятий, научно-исследовательских и проектных организаций, органов государственного, регионального и муниципального управления и т.д.

Задачи практики:

- изучение процессов управления деятельностью конкретных организаций, их подразделений, групп (команд) сотрудников, проектами и сетями;
- участие в руководстве этими процессами;
- разработка стратегий развития предприятий и подразделений;
- проведение анализа существующих форм организации управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение анализа и построение моделей управления подразделениями и организациями;
- осуществление поиска, анализа и оценки информации, необходимой для подготовки и принятия управленческих решений;
- участие в разработке программ научных исследований, организация их выполнения, оценка и интерпретация полученных результатов.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате прохождения организационно-управленческой практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-2, ПК-1, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные концепции теории стратегического управления;
- методологию и инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- принципы корпоративного управления для повышения инвестиционной привлекательности компании на рынке.

Уметь:

- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

Владеть:

- навыками исследования, постановки и решения проблем в области стратегического менеджмента;
- навыками публичных деловых и научных коммуникаций для презентации результатов исследований в области управления;
- методами экономического анализа макро- и микросреды бизнеса.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Общая характеристика организации (основные показатели работы предприятия: объем реализации, прибыль, размер основных и оборотных фондов, численность работающих и т. п.). Основные оценочные показатели (оценка конкурентоспособности, оценка сильных и слабых сторон организации и т.п.)

Описание структуры организации по вопросам менеджмента, анализ операций службы маркетинга.

Характеристика отрасли, в которой действует данная организация, а также описание конкуренции в данной отрасли. Как конкуренция в отрасли влияет на развитие организации.

Управление, организация и контроль организации в области менеджмента.

Описание применяемых в организации технологий принятия управленческих решений.

Рыночный целевой сегмент предприятия.

Разработка и проведения маркетинговых исследований.

Разработка и проведения рекламных мероприятий.

Разработка и проведения маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта товара/услуги предприятия.

Разработка и проведения PR кампаний.

Бизнес-планирование на предприятие. Перспективный план развития предприятия.

Аннотация программы практики «Преддипломная практика»

1. Цели и задачи практики

Цель практики: сбор и предварительная обработка информации, необходимой для разработки выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

Сбор и обработка информации об объекте исследования, оценка актуальности проблем, которые намечено решить в ходе дальнейшего исследования, как в практическом плане для конкретного объекта, так и в научно-методическом отношении.

Уточнение и детализация информации, необходимой для дальнейшего исследования, а также проверка выдвигаемых гипотез и предварительная оценка эффективности разрабатываемых предложений практического и научно-методического характера.

Уточнение исходных данных, необходимые для качественного завершения процесса подготовки выпускной квалификационной работы, доведение до конца

обработки и анализа собранной информации, формулировка и обоснование выводов и предложений.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры): ОПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-10.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные концепции теории стратегического управления;
- методологию и инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- принципы корпоративного управления для повышения инвестиционной привлекательности компании на рынке.

Уметь:

- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

Владеть:

- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде навыками исследования, постановки и решения проблем в области стратегического менеджмента;
- навыками публичных деловых и научных коммуникаций для презентации результатов исследований в области управления;
- методами экономического анализа макро- и микросреды бизнеса.

3. Содержание дисциплины, основные разделы

Определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановка исследовательской задачи.

Сбор, обработка, анализ и предварительная систематизация фактического и литературного материала.

Обобщение полученных результатов по следующей схеме:

Общая характеристика организации (основные показатели работы предприятия: объем реализации, прибыль, размер основных и оборотных фондов, численность работающих и т. п.). Основные оценочные показатели (оценка конкурентоспособности, оценка сильных и слабых сторон организации и т.п.)

Стратегический анализ выбранного объекта исследования (внутреннего и внешнего окружения).

Постановка проблемы, выявленной в ходе прохождения практики. Обоснование выводов.

Оформление и защита отчёта о практике.