



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт дополнительного профессионального образования –
«ВЫСШАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА»

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
Mini MBA «Управление компанией - стратегическое маркетинговое управление»

Цель программы: освоение современных подходов, методов и процедур в формировании и поддержании конкурентных преимуществ компании, а также ее коммуникаций с внешней средой.

Целевая аудитория: топ-менеджеры и руководители динамично развивающихся компаний и бизнес-единиц, стремящиеся к приобретению новых знаний и компетенций.

Объем программы – 184 ак. часа (152 часа аудиторных).

Продолжительность обучения: – 4 месяца.

Режим занятий: **2-3 раза в неделю**, по рабочим дням с 18:30 до 21:30, по субботам с 10:00 до 13:00 или с 10.00 до 17.00 (не более 1 раза в месяц).

№п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			лек-ции	практ. зан.	самост. работа	
1.	Экономика и управление фирмой Экономические единицы и их деятельность. Классификация хозяйственных организаций. Интеграция хозяйственных организаций. Классификация хозяйственных объединений. Доходы и расходы организации. Деловая культура. Поведенческая школа менеджмента. Внутренняя среда фирмы. Внешняя среда фирмы. Выбор стиля управления	16	6	6	4	
2.	Бизнес-моделирование Концепция и модели потребительской ценности. Методологические подходы к оценке ценности. Анализ цепочки ценности: сети ценности и деловая экосистема. Классификация бизнес-процессов и бизнес-моделей. Показатели эффективности функционирования бизнес-моделей. Методология бизнес -моделирования: клиентоориентированный подход	16	6	6	4	
3.	Маркетинг 5.0: перезагрузка Основные понятия маркетинга. Современные тренды в маркетинге. Маркетинговая среда. Ценностноориентированный маркетинг. Виды спроса. Система маркетинга. Маркетинговые исследования и аналитика.	20	10	6	4	

№п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			лек-ции	практ. зан.	самост. работа	
4.	Стратегический менеджмент Эволюция систем управления. Стратегический процесс. Стратегический анализ. Анализ внешних и внутренних факторов. Модель 5-сил М.Портера. Анализ ключевых компетенций. Конкурентные преимущества, создание стоимости и прибыльность. Позиционирование компании и конкурентные стратегии. Управление стратегическим портфелем	16	8	4	4	
5.	Управление портфелем брендов Что такое бренд, ключевые функции бренда. Особенности брендинга по сравнению с классическим маркетингом. Экономика бренд-менеджмента. Стратегический бренд-менеджмент. Управление брендом. Согласование стратегии брендинга и стратегии бизнеса. Аудит бренда.	18	10	6	2	
6.	Финансовый менеджмент и управление стоимостью компании Содержание и сущность финансового менеджмента. Основные понятия управления финансовой структурой. Управление оборотными активами. Рабочий капитал. Управление затратами, операционными доходами и денежными потоками предприятия. Управление капиталом. Реальные опционы в инвестиционных проектах. Системные финансовые эффекты и ценность контроля над бизнесом	18	12	4	2	
7.	Логистический менеджмент Введение в логистический менеджмент. Реализация логистических функций на предприятии. Практические аспекты логистического менеджмента. Мировые тренды, влияющие на логистический менеджмент, цифровизация в логистике. Логистика снабжения, логистика производства, логистика сбыта. Транспортная логистика, складская логистика, логистика запасов. Управление цепями поставок	16	8	4	4	
8.	Дизайн мышление и управление потребительским опытом Управление конкурентоспособностью фирмы. Источники конкурентных преимуществ: новые модели потребления. Инструменты конкурентных преимуществ: создание клиентоориентированных товаров и услуг. Процесс дизайн мышления.	12	8	4	-	

№п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			лек-ции	практ. зан.	самост. работа	
9.	Управление и мотивация персонала Описание должности. Поиск, отбор персонала. Адаптация и мотивация персонала, мотивирующая работа. Мотивирующий менеджмент. Оценка и аттестация персонала	12	8	4	-	
10.	Введение в Big Data Что такое Big Data. Принципы работы с большими данными. Big Data: технологии, методы, инструменты. Big Data: лучшие практики. Эффективное использование данных в принятии решений. Data-driven и Data-informed подходы.	8	-	8		
11.	Принятие управленческих решений на основе данных Виды данных в маркетинге и менеджменте. Роль данных, извлечённых из цифровой среды. Методы извлечения данных из цифровой среды (парсинг данных). Обработка и анализ данных, извлеченных из цифровой среды. Методы обработки неструктурированной маркетинговой и управленческой информации. Веб-аналитика на основе данных.	16	-	12	4	
12.	Тренинг «Вы руководитель: новые задачи»	4	-	4		
13.	Мастер классы	4	-	4		
14.	Выпускная работа (проект)	8	-	8		Презентация
	ИТОГО	184	76	80	28	