

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»
ВЫСШАЯ ШКОЛА СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

АННОТАЦИИ
рабочих программ дисциплин

Направление подготовки (специальность) высшего образования
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

магистерская программа
Корпоративный менеджмент
поколение образовательного стандарта: 3+

Уровень высшего образования
Магистратура

Москва

Название дисциплины	Место дисциплины в учебном плане (часть)	Семестр	Цель и краткое содержание	Общая трудоемкость	Форма итогового контроля
Иностранный язык	Базовая часть	1, 2	Программа спроектирована на основе компетентного и коммуникативно-когнитивного подходов к обучению иностранным языкам. В соответствии с используемыми подходами предполагается, что магистранты приобретают умения системно мыслить, обобщать, анализировать, воспринимать информацию профессиональной направленности, ставить цели и выбирать пути их достижения. Предлагаемая программа предусматривает обучение магистрантов продуктивным видам речевой деятельности: письменной речи, аннотированию, резюмированию, реферированию и различным видам перевода; устной речи-аудированию, говорению и основам устного перевода. Обучающиеся должны также уметь осуществлять профессиональное устное и письменное межличностное общение в иноязычной плюрикультурной среде. В программе определены компетентностные требования к результатам освоения дисциплины «Иностранный язык», объем и виды контактной работы преподавателя, а также самостоятельной работы магистрантов. Занятия проводятся в условиях, приближенных к реальной научно-профессиональной ситуации межкультурного взаимодействия профессиональных специалистов на иностранном языке. Магистранты выполняют ситуативные тематические проблемные задания (Case-studies), овладевают основами культуры проведения презентации в иноязычной среде, участвуют в проведении учебных иноязычных дискуссий, круглых столов на английском языке.	4 з.е. 144 а.ч.	Зачет, экзамен
История и методология управления (философия)	Базовая часть	1	Дисциплина «История и методология управления (философия)» вырабатывает у магистров освоение методологических основ и логики проведения научного исследования, а также формирование методологической готовности к научно-исследовательской деятельности. Курс посвящен представлению проблемного поля современной философии. Целью курса является изучение концептуального аппарата, основных вопросов и проблем современной философии, а также различных методологических и аргументативных стратегий их постановки и разрешения. В курсе отдельно рассматриваются такие направления современной философии, как философия управления. Специальное внимание в рамках данного курса уделено тому множеству сложных и неоднозначных связей, которые поддерживает современная философия с современными	2 з.е. 72 а.ч.	Зачет

			социальными дисциплинами (например, путем переноса философских концептов в пространство конкретных исследовательских практик этих дисциплин). Одним из центральных вопросов курса является появление новых концептуальных и исследовательских трендов в современной философии.		
Управленческая экономика	Базовая часть	1	<p>Дисциплина вырабатывает у магистров:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания экономической и управленческой теории, • способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и участвовать в распространении экономических и управленческих знаний, • способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий. <p>В ходе обучения магистр сможет применять основные инструменты планирования проекта, в частности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формировать иерархическую структуру работ, расписание проекта, необходимые ресурсы, стоимость и бюджет, планирует закупки, коммуникации, качество и управление рисками проекта и др., • осуществлять руководство исполнителями проекта, применяет инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализовать мероприятия по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта. <p>Структура дисциплины включает: Понятие рационального экономического поведения (рационального выбора). Модель "экономического человека". Факторы производства: труд, капитал, земельные ресурсы и предпринимательство. Координация выбора в рыночной и иерархических хозяйственных системах. Понятие рынка и условия его возникновения. Экономическое и неэкономическое благо. Спрос, предложение и конкуренция. Кривые спроса и предложения. Понятие эластичности. Коэффициент эластичности. Чистая монополия, её основные характеристики. Экономическая и административная монополия. Распределение ресурсов в рыночной экономике. Рынок труда. Субъекты рынка труда. Спрос и предложение на рынке труда. Неопределенность как характерная черта рыночной экономики. Неопределенность и риск. Измерение риска Способы снижения риска. Предмет макроэкономики. Безработица: основные определения и</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Экзамен

			измерение. Уровень безработицы. Типы безработицы: фрикционная безработица, структурная безработица, циклическая безработица. Инфляция. Измерение инфляции. Стагфляция. Инфляция и процентные ставки. Инфляция и реальный доход. Совокупный спрос. Кривая AD. Ценовые и неценовые факторы совокупного спроса. Совокупное предложение. Налоговая система РФ. Социальные функции налогового регулирования. Дискреционная бюджетно-налоговая политика, ее цели и методы. Кривая Лаффера. Государственные финансы. Государственный бюджет и его структура. Национальный доход и международный обмен.		
Методы исследований в менеджменте	Базовая часть	1	<p>Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» предназначена для студентов магистратуры. В курсе рассматриваются современные методы и технологии исследования систем управления. Студенты по окончании курса смогут определять сравнительные преимущества и недостатки альтернативных систем управления, находить оптимальные решения по совершенствованию управленческих систем.</p> <p>Структура дисциплины:</p> <p>Мыслительно – логические методы исследования в науке. Общенаучные методы синтеза и анализа. Методы индукции и композиции в науке управления. Методы дедукции и декомпозиции в менеджменте. Методы эксперимента: мысленного и практического и их роль в науке управления. Основные виды дедуктивных методов: метод классификации и типологий; метод конструирования гипотез; метод доказательства и метод постановки проблем; метод полемики и метод оценок.</p> <p>Примеры теоретических построений в менеджменте. Теория бюрократии М. Вебера. Теория харизматического лидерства М. Вебера. Трактровка феномена потребности З. Фрейдом, П. Сорокиным и К. Мадсенем. Теория иерархии потребностей А. Маслоу. Теория «X» и «Y» Д. Макгрегора. Изучение М.П. Фоллетт межличностных отношений в малой группе. Идея «революции менеджеров» А. Берли и Г. Минза.</p> <p>Экспериментальные исследования в менеджменте. Система «достигающего работника» Ф.У. Тейлора. Исследование времени и рабочих движений супругами Ф. и Л. Гилбрет. Хоторнские эксперименты Э. Мэйо. Исследования образа «идеального руководителя» Р. Стогдиллом и Э. Гизелли. Модель сравнения организационных культур Г. Хофштеде. Учет факторов национальной культуры моделями Г. Лейна – Дж. Дистефано; У. Оучи.</p> <p>Примеры использования методов социологических и экспертных опросов в менеджменте. Шкала Р. Лайкерта. Двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга. Мотивационная теория равенства / справедливости. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутон. Разработчики рамочной</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Экзамен

			<p>конструкции конкурирующих ценностей - К. Камерон и Р. Куинн. Метод мозгового штурма. Метод круглого стола. Метод Дельфи. Командная форма организации труда, как разновидность осуществления экспертного опроса в менеджменте.</p> <p>Использование диагностических методов и методов моделирования. Модель диагностики жизненного цикла организации И. Адизеса. Модель жизненного цикла организации Л. Грейнера. Модель роста бизнеса по Н. Черчиллю и В. Льюису. Бостонская модель стратегического планирования, ее применение на предприятиях различного профиля. SWOT - анализ как метод анализа среды в науке управления. Матрица А. Томпсона и А. Стрикленда. Модель 7-С компании «Мак - Кинси». Модель шести ячеек М. Вайсборда.</p>		
Стратегический менеджмент	Базовая часть	1	<p>Цель курса - дать студентам знания в области теории и практики стратегического управления, как современной концепции управления организацией в условиях высокой степени изменчивости и непредсказуемости внешней среды.</p> <p>Учебные задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дать базовые знания и сформировать у студентов навыки в области стратегического менеджмента, в частности; • ознакомить с современными подходами и тенденциями в менеджменте; • освоить основные понятия, концепции и модели стратегического менеджмента; • изучить классические модели стратегического анализа внешней и внутренней среды; • понимание отличий ресурсного подхода от рыночного и освоение положений ресурсной концепции в стратегическом менеджменте; • приобрести знания и навыки для определения стратегического потенциала и конкурентной позиции фирмы, выявления источников устойчивых конкурентных преимуществ; • изучение и приобретение практических навыков использования инструментария стратегического анализа и управления применительно к конкретным ситуациям современного российского и международного бизнеса. <p>Содержание дисциплины:</p> <p>Стратегический менеджмент как самостоятельное направление управления компанией. Объект и предмет стратегического менеджмента. Школы стратегического менеджмента. Внешнее и внутреннее окружение организации. Анализ факторов внешней среды. Социальные, экономические, политические и технологические аспекты комплексного анализа компании. Внутренние и внешние факторы, влияющие на</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Экзамен

			<p>поведение организации в условиях неопределённости. Принципы измерения неопределённости внешней среды. Цели и задачи построения стратегии управления. Уровни стратегии организации. Основания для принятия стратегических решений. Отличие стратегических решений от оперативных. Предварительные показатели качества стратегических решений. Роль финансовых служб в осуществлении стратегических решений компании. Концепция 5 «Р» и сущность стратегического менеджмента. Типы конкурентных ситуаций и их характеристика. Клиенты, поставщики и конкуренты как источники стратегической информации. Методики сравнения конкурентов на рынке. Способы анализа затрат конкурентов. Уровни конкурентной борьбы между компаниями на рынке. Жизненный цикл продукта и его значение для разработки стратегии. Стратегические элементы организации. Стратегические зоны хозяйствования, стратегические хозяйственные подразделения. Бостонская матрица для определения перспектив стратегического развития. Принципы внутренней оценки организации. Обследование функциональных зон для стратегического планирования. Внутренние и внешние группы влияния на деятельность компании. Типология стейкхолдеров корпорации. Цели и интересы стейкхолдеров, согласование интересов. Влияние стейкхолдеров на стратегические изменения. Влияние компании на поведение стейкхолдеров. Влияние органов власти на принятие стратегических решений в компании. Основные направления стратегического развития. Основные области поведения компании на рынке. Группы базисных стратегий компании. Стратегии внутреннего роста организации. Диверсификация и её стратегическое значение. Выражение диверсификации с помощью матрицы А.Томпсона - А.Стрикленда. Риски в процессе диверсификации. Стратегия горизонтальной и вертикальной интеграции. Стратегия внешнего роста компании. Убывающая предельная эффективность менеджмента. Рациональный предел роста корпорации. Эволюционные изменения корпорации. Понятие «ширина ниши» в эволюционной теории развития корпорации Дж. Фримена и М. Хеннама. Относительная инертность (организационная экология) и относительная приспособляемость (стратегический менеджмент) корпорации к внешним изменениям. Предпосылки слияний и приобретений компаний. Способы отражения попыток приобретения (поглощения) компаний. Основания для разделения компаний. История развития всеобщего менеджмента качества. Система TQM. Показатели эффективности внедрения TQM. Разрешение конфликтов в процессе внедрения TQM (медиация). Вертикальная и горизонтальная формулировка конкретных</p>	
--	--	--	--	--

			стратегических целей внедрения системы TQM. Взаимоотношения с поставщиками в период внедрения системы TQM. Постоянное совершенствование управленческих процессов. Принципы поставок: «точно в срок», Kanban, Kaizen. Инструменты менеджмента: М7, Q7, Пять-S, Три «Му». Общая характеристика понятия «репутация компании». Репутация как социальный институт. Процесс формирования внутренней и внешней репутации. Деятельность менеджмента компании по управлению репутацией компании. Организация тренингов для менеджмента компании по развитию и укреплению репутации. Методика исследования репутации организации.		
Корпоративные финансы	Базовая часть	1	<p>Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических основ и практических навыков в области организации и управления финансами корпораций (организаций), разработки экономически эффективных финансовых и инвестиционных решений. В задачи курса входит:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоить содержание, сущность, значимость и роль финансов хозяйствующих субъектов в современной экономике; – овладеть стандартами раскрытия корпоративной финансовой информации отчетности; – овладеть основными методами финансового планирования и прогнозирования в корпорации(организации); – освоить основные принципы построения и реализации финансовой политики корпорации; – освоить основные приемы оперативного управления финансовыми ресурсами корпорации – изучить методы эффективного управления затратами и финансовыми результатами корпорации(организации); – иметь представление о принципах оценки и наращивания рыночной стоимости корпорации. <p>Содержание дисциплины: Экономическое содержание и назначение бухгалтерского учета для финансовой деятельности предприятия. Информационная база для организации финансов на предприятии. Основные нормативные документы для организации финансово - хозяйственной деятельности. Учетная политика для целей бухгалтерского и управленческого учета; налоговая политика. Их влияние на основные финансовые показатели деятельности организации.</p> <p>Содержание корпоративного финансового планирования. Принципы финансового планирования. Методы финансового планирования и перспективы их использования в России. Опыт финансового планирования в России и за рубежом. Виды и содержание финансовых планов. Цель и задачи бюджетирования.</p> <p>Основные документы, регулирующие формирование издержек, выручки,</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Экзамен

			<p>прибыли организации. Классификация затрат, расходов, издержек организаций. Сущность издержек, дохода, прибыли, предпринимательской прибыли. Методы планирования издержек, выручки и прибыли организаций.</p> <p>Механизм управления структурой капитала. Методические подходы к формированию капитала. Средневзвешенная и предельная стоимость капитала. Методы определения стоимости фирмы. Принятие инвестиционных решений. Методы оптимизации структуры капитала. Взаимосвязь между структурой капитала и дивидендной политикой.</p> <p>Состав и структура собственного капитала. Политика формирования источников собственного капитала. Оценка отдельных элементов собственного капитала. Эмиссионная политика корпорации. Дивидендная политика корпорации. Критерии измерения эффективности собственного капитала. Состав заемного капитала. Стоимость его привлечения.</p> <p>Инвестиции и инвестиционная деятельность. Инвестиционная политика корпорации. Источники, порядок и методы финансирования капитальных вложений. Долгосрочный кредит и лизинг. Проектное финансирование инвестиционных проектов.</p> <p>Характеристика финансовых инвестиций. Типы портфелей ценных бумаг. Методический подход к управлению портфельными инвестициями. Эффективность сформированного портфеля акционерного общества. Методика оперативного управления портфелем ценных бумаг. Оценка инвестиционной привлекательности ценных бумаг эмитента.</p> <p>Экономическое содержание инвестиций в оборотный капитал. Текущие финансовые потребности. Модели выбора стратегии финансирования оборотных активов. Выбор политики комплексного оперативного управления оборотными активами. Экономическое содержание и назначение денежных потоков. Классификация денежных потоков. Методы измерения денежных потоков. Методика анализа и оценки денежных потоков. Ликвидный денежный поток. Методика прогнозирования денежных потоков.</p> <p>Зарубежная практика слияний и поглощений. Правовые основы реорганизации акционерных обществ в России. Финансовые аспекты поглощения и слияния компаний. Процесс ликвидации акционерного общества.</p>		
Организационное поведение	Вариативная часть	1	<p>Курс направлен на формирование у магистров знаний, необходимых для осуществления управленческой деятельности в организации и её структурных подразделениях.</p> <p>Процесс функционирования современных организаций заключается в их непрерывном развитии, только в этом случае можно обеспечить</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Зачет

		<p>конкурентоспособность компании за счет её адаптации к постоянно изменяющимся условиям рыночной среды. Современные организации функционируют в сложной, динамичной, постоянно меняющейся внешней среде. Для того, чтобы не только выживать, но и развиваться компании необходимо заниматься инновационной деятельностью. Главным содержанием любого рода инноваций являются изменения, связанные с появлением новых рынков сбыта, выводом на рынок новой продукции, использованием новой техники и технологий, изменением организационной структуры, корпоративной культуры и др. Все это предъявляет высокие требования к «качеству» человеческого ресурса современной организации. Сегодня персонал является главным ресурсом компании, и от понимания специфики организационного поведения зависит эффективность организации, возможность её функционирования и развития в условиях постоянных изменений и необходимости внедрения инноваций. В ходе изучения дисциплины формируются умения и навыки понимания специфики индивидуального, группового и организационного поведения, избегания организационных дисфункций, связанных с человеческим фактором.</p> <p>Структура дисциплины:</p> <p>Понятие организационного поведения. Основные подходы в организационном поведении: традиционный, системный, ситуационный. Предметное поле организационного поведения: индивидуальные процессы, межличностные и групповые процессы, организационные процессы; взаимосвязь индивидуальных, групповых и организационных процессов.</p> <p>Факторы различия индивидов: наследственность, культура, семья, членство в группе, жизненный опыт, роль обстоятельств. Личность и ее поведение: самооценка, локус – контроль, понятия экстраверсии и интроверсии, авторитаризм и догматизм мышления. Понятие нормы в организационном поведении, ее свойства и характеристики. Причины делинквентного и девиантного поведения в организации.</p> <p>Основные элементы процесса восприятия (перцепции). Избирательность восприятия: внешние и внутренние факторы. Личное восприятие: характеристики, индивидом воспринимаемые; характеристика воспринимающего; воспринимаемая ситуация. Восприятие человеком организации. Стили принятия решений в организации.</p> <p>Поведенческие аспекты принятия решения управляющим в организации. Этичность принимаемого управленческого решения. Объекты принятого решения в организационном поведении. Соотношение выгод и потерь от принятого управляющим решения. Понятие «правоты» и</p>		
--	--	--	--	--

			<p>«справедливости» с позиций лица, принимающего решение и исполнителя.</p> <p>Стрессы на работе и индивидуальные изменения. Источники стресса: стрессе от конкретного вида работы, стрессовые ситуации жизни. Последствия стресса: здоровье и стресс, зависимость уровня стресса от сложности задания, прекращение работы. Личность и стресс: типы личности. Жизнь со стрессом. Планирование и развитие карьеры. Концепция карьеры: построение организационных и индивидуальных потребностей, выбор карьеры, выбор организации. Соотношение возраста, жизненного этапа, этапов административной и профессиональной карьеры. Разновидности изменения людей в организации: анализ явления обратной связи, построение команды, консультации по процессу, программы качества рабочей жизни.</p>		
Корпоративное управление	Вариативная часть	2	<p>Дисциплина «Корпоративное управление» призвана сформировать у магистров готовность к профессиональной деятельности в условиях конкурентной среды и соблюдения международных принципов корпоративного управления.</p> <p>В ходе изучения дисциплины магистры смогут определить возможности использования зарубежного опыта корпоративного управления в российской экономике, обеспечить понимание необходимости создания эффективного механизма реализации принципов корпоративного управления;</p> <p>определить роль и место топ-менеджмента в деятельности корпорации и степень их ответственности перед акционерами и обществом; проанализировать специфику управления компаниями с государственным участием в отечественной экономике;</p> <p>показать роль государственного регулирования в обеспечении надлежащей практики корпоративного управления.</p> <p>Содержание курса:</p> <p>Тема 1. Сущность и механизмы современного корпоративного управления, их правовая основа</p> <p>Основные признаки корпорации. Сущность корпоративного управления. Основные субъекты корпоративных отношений. Интересы субъектов корпоративного управления. Уровни управления в компаниях. Основные механизмы корпоративного управления. Институциональная основа корпоративного управления.</p> <p>Тема 2. Эффективное корпоративное управление: преимущества для компании и инвесторов. Последствия несовершенства корпоративного управления. Основные принципы эффективного корпоративного управления. Ключевые элементы системы эффективного корпоративного</p>	4 з.е. 144 а.ч.	Экзамен

		<p>управления. 11 Механизмы достижения эффективности корпоративного управления. последствия несовершенства корпоративного управления.</p> <p>Тема 3. Органы корпоративного управления в компаниях. Структура органов управления компании и распределение обязанностей между ними. Ответственность лиц, входящих в органы управления. Обязанности высшего органа управления, совета директоров и исполнительного органа компании. Состав, структура совета директоров. Формы исполнительного органа. Ответственность и система страхования директоров компании. Система вознаграждения директоров компании. Классификация директоров.</p> <p>Тема 4. Государство как субъект корпоративных отношений. Государство как эффективный собственник. Цели управления принадлежащими государству пакетами акций. Пути совершенствования управления государственными пакетами акций. Неэффективность института представителей государства в акционерных обществах. Институт доверительного управления. Институт управляющего, являющегося одновременно партнером государства.</p> <p>Тема 5. Корпоративные конфликты. Сущность и виды корпоративных конфликтов. Причины корпоративных конфликтов. Субъекты корпоративных конфликтов. Регулирование и предотвращение корпоративных конфликтов.</p> <p>Тема 6. Управление стоимостью компании. Качественные и количественные факторы, влияющие на стоимость компании. Алгоритм управления стоимостью компании. Сущность и задачи управления капиталом. Экономическая сущность и классификация капитала компании. Основные этапы повышения стоимости бизнеса.</p> <p>Управление существенными корпоративными сделками. Сущность и классификацию существенных корпоративных сделок Сделки с уставным капиталом компании, уменьшения и увеличения уставного капитала. Крупные сделки. Сделки с заинтересованностью. Сделки по приобретению крупного пакета. Внесение изменений в устав компании. Реорганизация общества. Обязанности органов управления компании по одобрению существенных корпоративных сделок. Алгоритм определения стоимости и механизмы одобрения существенных корпоративных сделок Полномочия органов управления компании в период действия добровольного, обязательного и конкурирующего предложения по приобретению крупного пакета.</p> <p>Тема 8. Контроллинг в системе корпоративного управления. История развития контроллинга. Сущность, задачи и функции контроллинга. Система контроллинга. Оперативный и стратегический контроллинг.</p>		
--	--	---	--	--

			<p>Постановка системы контроллинга на предприятии. Формулирование службы контроллинга. Инструментарии контроллинга. Оценка эффективности внедрения контроллинга на предприятии.</p> <p>Тема 9. Бизнес-инжиниринг и его применение в системе корпоративного управления.</p> <p>Сущность бизнес-инжиниринга. Процесс бизнес-инжиниринга организации. Анализ элементов процесса бизнес-инжиниринга организации. Бизнес проекты. Бизнес процессы.</p> <p>Тема 10. Корпоративный аудит и методика его использования. Основные показатели компании для проведения корпоративного аудита (права акционеров, деятельность органов управления и контроля, информационная прозрачность, соблюдение интересов заинтересованных сторон, корпоративная социальная ответственность).</p> <p>Защита прав субъектов корпоративных отношений. Обеспечение защиты прав акционеров. Обеспечение равного отношения ко всем акционерам Обеспечение своевременного и полного раскрытия информации о финансово-хозяйственной деятельности общества Обеспечение эффективного контроля за менеджментом со стороны совета директоров и акционеров компании.</p> <p>Тема 12. Новые тенденции в развитии системы корпоративного управления. Современные вызовы и тенденции социально-экономического развития. «Новая» информационная экономика и корпоративное управление. Транснационализация, интеграция, глобализация и их влияние на систему корпоративных отношений. Геополитика, геоэкономика и корпоративное управление. Корпоратократия и ее роль в управлении процессами глобализации. Фиаско рынка и фиаско государства: новые модели построения эффективной системы корпоративных отношений. Инновационные подходы в повышении эффективности корпоративного управления.</p>		
Корпоративное право	Вариативная часть	1	<p>Цели и задачи освоения дисциплины Целью преподавания дисциплины «Корпоративное право» является формирование у студентов представления об особенностях корпоративных отношений и проблемах их правового регулирования.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявить основные институты корпоративного права, определить понятие и особенности корпоративных отношений; - сформулировать особенности правового статуса корпораций и корпоративных объединений с учетом нового законодательства; - научить студентов самостоятельно составлять документы, сопровождающие процесс создания и деятельности корпораций (проспект эмиссии ценных 	4 з.е. 144 а.ч.	Экзамен

		<p>бумаг, протокол общего собрания и др.);</p> <p>- проанализировать судебную практику, в т.ч. руководящие постановления высших судебных инстанций.</p> <p>Содержание дисциплины</p> <p>Тема 1. Понятие и значение корпоративного права в современных условиях развития рыночных отношений. Понятие корпоративного права, как института предпринимательского права. История корпораций и корпоративного права. Становление и регулирование корпоративной деятельности в России. Понятие корпоративных норм и их виды. Общие признаки корпоративных норм. Особенности признаки корпоративных норм. Соотношение корпоративных норм с нормами, централизованными и договорными. Понятие и сущность корпоративных правоотношений как предмета корпоративного права. Субъект корпоративного правоотношения. Объект корпоративного правоотношения. Содержание корпоративных правоотношений. Метод корпоративного права. Понятие корпоративного поведения. Принципы корпоративного поведения. Кодекс корпоративного поведения. Принципы корпоративного права.</p> <p>Тема 2. Проблема определения источников корпоративного права. Формы (источники) корпоративного права. Корпоративный нормативный акт как основной источник корпоративного права. Корпоративный обычай. Корпоративные деловые обыкновения. Виды корпоративного нормотворчества. Прямое корпоративное нормотворчество. Представительное корпоративное нормотворчество. Опосредованное корпоративное нормотворчество. Новеллы корпоративного законодательства. Концепция реформирования корпоративного законодательства.</p> <p>Тема 3. Понятие и особенности корпорации. Корпоративные объединения. Понятие и признаки корпорации. Виды корпораций. Корпоративные объединения (концерн, консорциум, картель, ассоциации (союзы) и др.). Особенности правового статуса транснациональных корпораций. Понятие холдинга. Сущность холдинга как корпоративного объединения. Основания установления холдинговых отношений (имущественный, договорный холдинг, холдинг, основанный на организационном типе контроля). Понятие и особенности правового статуса государственной корпорации. Гражданско-правовая характеристика дочернего и зависимого общества.</p> <p>Тема 4. Понятие и значение корпоративных финансов в деятельности корпорации. Особенности удовлетворения требований кредиторов при ликвидации хозяйственного общества. Корпоративные финансы. Уставный капитал корпорации. Фонды и резервы корпорации.</p>		
--	--	---	--	--

		<p>Распределение прибыли в корпорации. Понятие «чистых активов» и порядок определения стоимости чистых активов. Кредитование корпораций. Самофинансирование корпораций. Финансовая отчетность корпораций. Система контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общества. Ревизионная комиссия. Аудит. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности».</p> <p>Тема 5. Правовое регулирование корпоративных ценных бумаг. Корпоративные ценные бумаги. Виды корпоративных ценных бумаг. Рынок ценных бумаг и правовой статус его участников. Правовое регулирование эмиссии ценных бумаг. Федеральный закон РФ «О рынке ценных бумаг».</p> <p>Тема 6. Понятие и сущность корпоративного управления. Понятие и сущность корпоративного управления и контроля. Аутсайдерская и инсайдерская модели управления. Общее собрание акционеров (участников) хозяйственного общества. Обязанности общего собрания. Виды общих собраний. Форма проведения общих собраний акционеров (участников). Порядок подготовки, созыва и проведения. Понятие кумулятивного голосования на общем собрании. Совет директоров (наблюдательный совет) общества. Порядок организации работы. Правовой статус члена совета директоров. Квалификация и особенности договора о передаче полномочий единоличного исполнительного органа управляющей организации. Особенности управления в «компания одного лица». Особенности управления в АО с долей участия государственного или муниципального образования. Понятие и особенности «золотой акции». Понятие и особенности правового статуса акционерного общества работников (народного предприятия).</p> <p>Тема 7. Понятие и значение законодательного определения корпоративного статуса участников (акционеров) хозяйственного общества. Понятие и виды корпоративных прав акционера. Реестр акционеров: понятие, порядок ведения. Обязанности реестродержателя. Корпоративные обязанности акционера (участника). Понятие и особенности правового статуса аффилированных лиц. Правовые последствия установления аффилированности. Соотношение понятий «аффилированные лица» и «лица, заинтересованные в совершении сделки». Понятие и значение в корпоративном праве «группы лиц». Цели правового регулирования группы лиц.</p> <p>Тема 8. Антимонопольный контроль. Ответственность в корпоративных отношениях. Антимонопольный контроль. Понятие, основания, объекты антимонопольного контроля. Критерии антимонопольного контроля. Понятие и значение ответственности в хозяйственных обществах.</p>		
--	--	--	--	--

			<p>Ответственность хозяйственного общества как корпорации. Теории контроля в акционерном обществе. Ответственность членов органов управления хозяйственных обществ. Особенности отдельных видов ответственности (гражданско-правовая ответственность, административная ответственность, дисциплинарная ответственность). Ответственности акционеров (участников) хозяйственных обществ. Виды ответственности акционеров (участников).</p> <p>Тема 9. Особенности совершения корпорациями отдельных видов сделок. Правовой режим крупных сделок: понятие крупной сделки, взаимосвязанные сделки, порядок совершения крупных сделок. Правовой режим сделок, в совершении которых имеется заинтересованность.</p> <p>Тема 10. Защита прав миноритарных акционеров при выкупе у них акций. Правовой режим приобретения крупных пакетов акций. Тема 11. Понятие и особенности разрешения корпоративных конфликтов. Понятие и правовая природа корпоративных конфликтов. Виды корпоративных конфликтов. Конфликт интересов в корпорации. Корпоративный шантаж (green mail). Восстановление и прекращение прав, удостоверяемых акцией, или прав на долю в уставном капитале. Особенности защиты прав миноритарных акционеров. Порядок обжалования решений органов управления общества. Особенности признания решения общего собрания хозяйственного общества недействительным. Порядок оспаривания акционерами сделок, совершаемых обществом. Понятие корпоративного спора. Рейдерство как новое явление российского права.</p> <p>Тема 12. Понятие о корпорациях в зарубежном законодательстве. Государственное регулирование корпоративной деятельности. Корпоративные формы предпринимательской деятельности в зарубежных странах. Государственно-правовое регулирование корпоративной деятельности. Государственные органы, регулирующие корпоративную деятельность. Прямой и косвенный государственный контроль за корпоративной деятельностью. Законодательные средства ограничения корпоративной деятельности.</p>		
Организационные конфликты	Вариативная часть	2	<p>Курс «Организационные конфликты» направлен на изучение всех конфликтов, выступающих объектами в организации. Он предназначен для изучения студентами многочисленных и разнообразных процессов и проблем, с которыми может столкнуться организация. В рамках данного курса рассматриваются вопросы общетеоретического уровня, например, феномены влияния организации, групповой динамики, организационной культуры, жизненного цикла организаций. Ознакомление с теориями К.Маркса, М.Вебера, Р.Дпрендорфа, Л.Козера обогащает понимание исторических закономерностей, влияющих на развитие общества. Данный</p>	3 з.е. 108 а.ч.	Экзамен

			курс следует также отнести к дисциплинам, формирующим конструктивное поведение индивида при столкновении с разнообразными бытовыми и организационными конфликтами; он позволяет объективно анализировать явные и скрытые причины возникновения конфликтных ситуаций и находить способ предотвращения их перехода в деструктивную форму. Студенты могут приобрести практические навыки анализа многочисленных факторов, влияющих на социально-психологическую обстановку в малой группе, учебной группе или коллективе. Особое значение имеет приобретение студентами конкретных навыков анализа конфликтных ситуаций, условий предотвращения их перехода в деструктивную форму и техники (стратегии) управления конфликтами, оптимальной для каждой конкретной ситуации. Такие ситуации рассматриваются и анализируются студентами при изучении данного курса.		
Корпоративная отчетность	Вариативная часть	3	<p>Цель изучения дисциплины формирование: адекватного восприятия теоретических основ и проблем корпоративной отчетности; умения анализировать, обобщать и формулировать современные подходы.</p> <p>Студенты должны изучить:</p> <ul style="list-style-type: none"> -теоретические положения бухгалтерского учета, основанные на истории его развития и современных тенденциях мировой практики, формирования корпоративной отчетности; -сущность, виды, содержание корпоративной отчетности, представляемой отдельным категориям пользователей, различными хозяйственными субъектами; -систему сбора, обработки и формирования отчетной информации; - проблемы, возникающие в процессе подготовки отчетной информации. - о способах и целях использования информации корпоративной отчетности участниками рыночных отношений; к системе корпоративной отчетности и сопоставлять их с международной практикой. <p>Содержание дисциплины:</p> <p>Тема 1. Исторические предпосылки формирования корпоративной отчетности и её современное состояние. Тема 2. Основные принципы и методики формирования корпоративной отчетности. Тема 3. Причины и способы мошенничества с отчетностью, применяемые современными корпорациями. Тема 4. Неопределённость и риски при формировании корпоративной отчетности. Анализ и управление рисками. Тема 5. Интегрированная отчетность как инновационная модель корпоративной отчетности. Тема 6. Практические аспекты интерпретации показателей корпоративной отчетности для целей принятия управленческих решений.</p>	2 з.е. 72 а.ч.	Зачет
Исследование систем	Вариативная	2	В представленном курсе по дисциплине «Исследование систем	3 з.е.	Экзамен

управления	часть		<p>управления» будет производиться подготовка обучающихся к организационно-управленческой; информационно-аналитической и предпринимательской видам профессиональной деятельности по направлению подготовки Менеджмент.</p> <p>Курс будет направлен на изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических и прикладных задач, а также на ознакомление студентов с системным представлением об объекте исследования для всестороннего понимания внутрисистемных процессов и явлений, возникающих недостатков в системе управления. У будущих магистров менеджмента в ходе курса будет формироваться правильный взгляд на понимание объективных закономерностей исследования систем управления; овладение приемами, методами, подходами и принципами преодоления количественных и качественных сложностей в экономической системе.</p>	108 а.ч.	
Управление брендами	Дисциплины магистерских программ по выбору	2	<p>Основная цель курса – формирование у слушателей ключевых навыков в области брендинга, т.е. выработка у них профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование, идентичность, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.</p> <p>Задачи курса – сформировать у слушателей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание и понимание роли брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b-to-c и b-to-b рынках; • системные знания типов брендируемых объектов и их различных ролей в марочном портфеле компании; • системные знания теорий и инструментов брендинга; • понимание принципов формирования портфелей брендов; • умение разрабатывать концепции позиционирования и владение технологиями моделирования идентичности бренда; • знание основных моделей и понимание критериев оценки капитала бренда; • знание принципов управления брендами; • первичные навыки применения этих знаний в компаниях, которые могут совершенствоваться в ходе практической деятельности по месту работы слушателя. <p>Тематическое содержание дисциплины</p> <p>Раздел 1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента</p> <p>Раздел 2. Типы брендируемых объектов в современных условиях и</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

			<p>типология брендов. Архитектура брендов.</p> <p>Раздел 3. Разработка платформы бренда</p> <p>Раздел 4. Принципы разработки и поддержки системы идентификаторов бренда</p> <p>Раздел 5. Развитие бренда во времени</p> <p>Раздел 6. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда. Эффект синергии на различных уровнях коммуникационного воздействия</p> <p>Раздел 7. Управление индивидуальным брендом и портфелем брендов</p> <p>Раздел 8. Оценка стоимости брендов</p>		
Система сбалансированных показателей деятельности компании	Дисциплины магистерских программ по выбору	2	<p>Целями освоения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • получение теоретических знаний для разработки и использования системы сбалансированных показателей (ССП) в управлении компанией; • получение практических умений и навыков построения моделей ССП в специализированном инструментарии. <p>В результате освоения дисциплины студент должен сформировать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знания о сути и месте системы сбалансированных показателей в управлении предприятием, реализации стратегии посредством ССП; • Умения внедрения ССП в проектах по совершенствованию деятельности предприятия и оптимизации бизнес-процессов; • Навыки по моделированию и использованию ССП в специализированных компьютерных программах <p>Содержание учебной дисциплины: Тема 1. Стратегическое управление организациями. Введение в методику ССП Эволюция методов управления организацией. Критерии оценок и управление в информационный век. Миссия, видение и стратегия организации. Организация, ориентированная на стратегию. История возникновения методологии ССП.</p> <p>Тема 2. Описание методологии ССП. Разработка системы ССП с применением инструментальной среды Введение в ССП. Основные понятия ССП. Детализация разработки ССП по шагам Разработка системы ССП с применением инструментальной среды. Перспективы ССП и их связь. Финансовая составляющая. Клиентская составляющая. Составляющая внутренних бизнес-процессов. Обучение и развитие. Взаимосвязь показателей в ССП Возможности ССП.</p> <p>Тема 3. Уровни ССП. Связь ССП с подсистемами управления. Топология ССП. Каскадирование. Проектирование целей в ССП. Процессно-ориентированное управление и ССП. Связь ССП с оперативной деятельностью. Связь ССП с системой мотивирования. Связь ССП с бюджетом. Обратная связь в ССП.</p> <p>Тема 4. Внедрение и анализ ССП. Примеры внедрения ССП. План</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

			<p>проекта. Общие рекомендации по ведению проекта. Возможные трудности и факторы успеха проекта. Результаты проекта разработки и внедрения ССП. Анализ системы ССП с применением инструментальной среды. Пример создания ССП в компаниях частного сектора экономики. Пример создания ССП в некоммерческих, государственных учреждениях и организациях здравоохранения.</p> <p>Тема 5. Реализация ССП средствами инструментальной среды ARIS BSC Реализация методологии ССП на примере инструментальной среды. Технология применения методологии ССП. проект «Разработка системы сбалансированных показателей». Построение моделей организационной структуры, стратегической карты, дерева процессов, поддерживающих процессов, диаграммы ключевых показателей результативности, дерева ключевых показателей результативности. Средства анализа и генерации отчетов. Скрипты анализа (Perform Plan Actual Comparison, Analyze Processes and Initiatives). Скрипты генерации отчетов (Create management view, Output Overview). Скрипты экспорта/импорта данных (Export Data, Import Data). Шаблоны графических диаграмм ARIS BSC.</p>		
Современные формы обучения персонала в корпорации	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Целью дисциплины является раскрытие сущности деятельности специалистов по управлению персоналом при адаптации, обучении, планировании карьеры и других мероприятий, способствующих полному раскрытию потенциала работников.</p> <p>В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны реализовать следующие цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - познакомиться с методологическими и практическими основами процесса развития персонала; - изучить методы и этапы адаптации, обучения, управления деловой карьерой; - освоить имеющийся отечественный и зарубежный опыт в этой области, <p>Содержание дисциплины:</p> <p>Тема 1. Объект, предмет, содержание и задачи дисциплины. Тема 2. Развитие персонала как фактор усиления инновационных процессов современного производства. Тема 3. Развитие персонала как элемент развития организации. Тема 4. Профорентация и трудовая адаптация персонала. Тема 5. Система непрерывного обучения персонала. Тема 6. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала. Тема 7. Оценка эффективности обучения персонала. Тема 8. Управление деловой карьерой персонала. Тема 9. Управление служебно-профессиональным продвижением</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

			персонала. Тема 10. Управление кадровым резервом. Тема 11. Современные подходы к оценке уровня развития персонала.		
Управление человеческими ресурсами	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Цель изучения дисциплины заключается в изложении ряда теоретических положений, методических и прикладных разработок в области управления человеческими ресурсами, позволяющие сформировать навыки принятия эффективных кадровых решений.</p> <p>Из вышеназванной цели вытекают следующие задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. овладеть понятийным аппаратом в области управления человеческими ресурсами; 2. знать ретроспективу концепций управления человеческими ресурсами (УЧР); 3. знать стратегии осуществления деятельности по УЧР в соответствии с фазами развития предприятия и стратегий его развития; 4. знать принципы и методы осуществления кадровой работы; 5. представлять направления осуществления кадровой деятельности; 6. планировать человеческие ресурсы; 7. планировать процессы найма и отбора персонала в организацию; 8. планировать системы оценки и аттестации различных категорий работников и результатов их труда; 9. проводить адаптацию работников; 10. планировать карьеры и профессионально-должностные перемещения; 11. планировать профессиональное развитие персонала; 12. строить систему стимулирования и мотиваций персонала. <p>Содержание дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Основные понятия дисциплины 2 Рынок труда 3 Потребности и потенциал человека 4 Эффективность труда 5 Аттестация и деловая оценка сотрудников 6 Оценка эффективности проектов совершенствования системы управления человеческими ресурсами. 	3 з.е. 108 а.ч.	—
Управление качеством	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Цель – дать будущим магистрам теоретические основы и практические рекомендации по организации управления качеством продукции на предприятиях и в организациях на основе международных стандартов ИСО серии 9000, ознакомить студентов с основными достижениями теории и практики менеджмента качества, показать необходимость использования этих достижений во всех сферах деятельности будущего магистра.</p> <p>Задачи дисциплины:</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

		<p>- изучить теоретические основы в области менеджмента качества;</p> <p>- научить организовывать работу по разработке и внедрению систем менеджмента качества на предприятиях в соответствии с рекомендациями международных стандартов ИСО серии 9000;</p> <p>- привить навыки и умения по развертыванию функции качества при разработке новой продукции или услуг;</p> <p>- освоить методики по непрерывному совершенствованию бизнес процессов;</p> <p>- ознакомить с практическим опытом оценки и обеспечения экономики качества;</p> <p>- дать практические рекомендации по применению современных управленческих инструментов в менеджменте качества.</p> <p>Содержание дисциплины:</p> <p>Общие понятия и функции управления качеством</p> <p>1.1. Управление качеством как фактор успеха предприятия в конкурентной борьбе. Качество, продукция, уровень качества продукции.</p> <p>1.2. История развития систем управления качеством Фаза отбраковки, фаза контроля качества, фаза управления качеством, фаза менеджмента качества, фаза качества среды</p> <p>1.3. Показатели качества как основная категория оценки потребительских ценностей Показатели качества продукции: назначение; надежность, сохраняемость; эргономичность и эстетичность; технологичность; стандартизация и унификация; патентно-правовые показатели; экологические показатели; безопасность; транспортабельность</p> <p>1.4. Механизм управления качеством Прогнозирование и планирование технического уровня и качества, регулирование качества продукции, контроль качества продукции, учет и анализ изменений, правовое, информационное, материально-техническое, кадровое, организационное, техническое обеспечение, испытание продукции</p> <p>1.5. Планирование процесса управления качеством планирование качества продукции, планирование процесса</p> <p>1.6. Контроль, учёт и анализ процессов управления качеством Контроль, виды контроля, система контроля качества, методы контроля качества - инструменты контроля качества (гистограмма, диаграмма Парето, контрольная карта, диаграмма разброса, стратификация, контрольный листок, диаграмма Исикавы (Ишикавы); - инструменты управления качеством (диаграмма сродства, диаграмма связей, древовидная диаграмма, матричная диаграмма, сетевой график (диаграмма Ганта), диаграмма принятия решений (PDPC), матрица приоритетов); - инструменты анализа качества (функционально-физический анализ,</p>		
--	--	--	--	--

		<p>функционально-стоимостной анализ, анализ причин и последствий отказов (FMEA -анализ); - инструменты проектирования качества (развертывание функций качества (QFD), теория решения изобретательских задач, бенчмаркинг, метод эвристических приемов, анализа дефектов и их причин (технический контроль, самопроверка или самоконтроль, ревизия (проверка)</p> <p>2 Принципы, разработка и внедрение системы менеджмента качества на предприятии (в организации)</p> <p>2.1. Принципы менеджмента качества Ориентация организации на потребителя. Роль руководства. Вовлечение сотрудников. Процессный подход. Системный подход к управлению. Постоянное совершенствование. Принятие решений, основанное на фактах. Взаимовыгодные отношения с поставщиками. 2.2. Принципы обеспечения и управления качеством</p> <p>1. Принципы технического характера (конструктивные, технологические, метрологические и т.д.);</p> <p>2. Принципы экономического характера (финансовые, нормативные, материальные и т.д.);</p> <p>3. Принципы социального характера (организационные, правовые, кадровые и т.д.). Факторы качества</p> <p>2.3. Системный подход в управлении качеством на предприятии Система, системный анализ, внешняя среда, вход, выход, обратная связь</p> <p>2.4. Взаимодействие с внешней средой и политика в области качества Миссия, видение, политика в области качества, стратегия предприятия</p> <p>2.5. Процессный подход в деятельности предприятия (организации). Принципы процессного подхода (принцип взаимосвязи процессов, востребованности процесса, документирования процессов, контроля процесса, ответственности за процесс) Ключевые элементы процесса (вход процесса; выход процесса; ресурсы; владелец процесса; потребители и поставщики процесса; показатели процесса).</p> <p>3 Обеспечение функционирования СМК</p> <p>3.1. Стандартизация в системе управления качеством Стандартизация, цели, принципы, международная, национальная стандартизация, стандарт</p> <p>3.2. Сертификация. Нормативная сфера сертификационной деятельности государства. Сертификация, система сертификации. Сертификат</p> <p>3.3. Система оценки деятельности управления качеством. Система внутренних и внешних проверок на предприятии (аудиты). Аудит, виды аудитов, программа аудита, несоответствия, корректирующие и предупреждающие действия 3.4. Действия по реагированию на риски и возможности в СМК Риск, виды рисков, возможности, вероятность риска,</p>	
--	--	---	--

			управление рисками, планирование управления рисками, выявление рисков, анализ и оценка приоритетности 3.5. Лидерство, руководство и взаимодействие в системе менеджмента качеством Лидер, руководитель, команда, коллектив, признаки коллектива, взаимодействие		
Управление решениями	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	Дисциплина «Управление решениями» введена в программу подготовки будущих специалистов в сфере HR-менеджмента потому, что их будущая профессиональная деятельность будет проявляться в обеспечении реализации персоналом принятых управленческих решений. Данная учебная дисциплина позволяет не просто обеспечить студентов, обучающихся по направлению «Корпоративный менеджмент», необходимыми знаниями обо всех этапах рациональной технологии принятия управленческих решений, но и сформировать у выпускников реальные навыки применения множества разнообразных методов, применяемых как на уровне индивидуальной работы, так и на уровне групповой выработки и принятия решений в различных сферах управленческой деятельности. После освоения дисциплины «Управление решениями» будущий сотрудник сможет более грамотно принимать участие в подготовке материалов для принятия решений в организации, в которой он будет работать, а впоследствии, сможет и сам разрабатывать и принимать адекватные решения, соответствующие его должностным обязанностям специалиста или руководителя.	3 з.е. 108 а.ч.	—
Модели управления российскими корпорациями	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	Корпоративное управление на сегодняшний день является основой ведения бизнес-процессов крупнейших предприятий и организаций. Знания, умения и навыки в области корпоративного управления имеют общесистемный характер, требуются выпускникам магистратуры независимо от направления, профиля и специализации их подготовки. Овладение указанными навыками относится к необходимым предпосылкам успешной предпринимательской деятельности выпускников в выбранной профессиональной сфере. Особый интерес представляют особенности корпоративного управления в банковском секторе, знание специфики которого также необходимо каждому современному менеджеру Целью курса является получение его участниками знаний о теоретических основах корпоративного управления, а также формирование практических навыков ведения корпоративного управления. Кроме того, изучение основ корпоративной культуры, как части успешного корпоративного управления внутри компании, позволит студентам получить большее понимание о роли взаимоотношений управленцев и персонала.	3 з.е. 108 а.ч.	—

			<p>Российское корпоративное управление Общее состояние корпоративного управления в Российской Федерации. Информационная открытость компаний в России. Роль совета директоров. Роль государства в корпоративном управлении. Корпоративное управление в условиях «глобализации» Проблемы корпоративного управления и поиск их решения, а также дальнейшие перспективы развития.</p>		
<p>Маркетинговые исследования в корпорациях</p>	<p>Дисциплины магистерских программ по выбору</p>	3	<p>Цель дисциплины – профессиональная подготовка магистров, необходимая для формирования методологических основ и академической культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научных исследований, в том числе в области цифрового маркетинга.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение специфики науки как отрасли человеческой деятельности и общественного института; • овладение знаниями в области основ методологии, методов и понятий научного исследования; • развитие аналитического мышления, умения логично и стройно излагать свои мысли, развитие способностей к обобщению и анализу информации, постановке целей и выбору путей ее достижения; • формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования; • воспитание нравственных качеств и соблюдения этических норм в процессе осуществления научного исследования. Формируемые навыки, соотносящиеся с планируемыми результатами обучения дисциплине. <p>Содержание дисциплины:</p> <p>Сущность маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе и системе поддержки принятия решений. Кто и как проводит маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований.</p> <p>Процесс определения проблемы и разработки подхода. Задачи, связанные с определением проблемы исследования. Факторы внутренней и внешней среды. Управленческая и маркетинговая проблемы. Определение проблемы маркетингового исследования. Подход к проведению маркетинговых исследований</p> <p>План маркетингового исследования: определение и классификация. Поисковое исследование. Дескриптивное исследование. Причинно-следственное исследование. Потенциальные источники ошибок маркетингового исследования. Составление бюджета и графика проекта.</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

			<p>Предложение о проведении маркетингового исследования</p> <p>Сущность поисковых маркетинговых исследований. Ситуации, в которых инициируются поисковые исследования. Критерии оценки вторичной информации. Классификация вторичной информации: внутренняя и внешняя. Преимущества и недостатки вторичной информации.</p> <p>На какие вопросы отвечают качественные и количественные методы маркетинговых исследований. Классификация методов качественного исследования. Фокус-группы. Глубокие интервью. Проекционные методы.</p> <p>Сущность и условия существования причинно-следственной связи. Основные понятия и определения. Достоверность эксперимента. Классификация и анализ моделей эксперимента. Полевые работы. Процесс полевых работ. Отбор персонала для полевых работ. Подготовка персонала. Контроль работы полевого персонала. Проверка результатов полевых работ и оценка работы полевого персонала. Процесс подготовки данных к анализу. Проверка анкет. Редактирование данных. Кодирование и преобразование данных. Очищение данных. Статистическая корректировка данных. Выбор стратегии анализа данных. Этапы подготовки отчета и презентации. Подготовка отчета. Устная презентация. Чтение отчета о маркетинговых исследованиях. Поддержка клиента и оценка эффективности проекта.</p>		
Корпоративный маркетинг на глобальных рынках	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Целью изучения дисциплины «Корпоративный маркетинг на глобальных рынках» является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для разработки международной маркетинговой стратегии компании, проведения маркетинговых исследований международного уровня, выбора и реализации стратегии выхода на международный и глобальный рынки, выявления потенциальных рисков и принятия стратегических решений по маркетингу на международном и глобальном рынках. При изучении курса ставятся следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение особенностей корпоративного маркетинга на глобальных рынках в современных экономических условиях; – изучение методик анализа данных и подготовки данных для решения бизнес-задач организации; – приобретение навыков анализа данных на примере решения задач сегментации, классификации, прогнозирования; – получение рекомендаций по критериям оценки аналитических платформ и вопросам их эксплуатации. <p>В результате изучения курса «Корпоративный маркетинг на глобальных рынках» обучающиеся получают знания о стратегиях выхода на международные рынки, принятии решений по сегментам рынка и</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—

			продуктам, навыки международных маркетинговых исследований, разработки глобальной маркетинговой программы компании.		
Практики взаимодействия со стейкхолдерами	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Целью освоения дисциплины является формирование у магистрантов систематизированных знаний и приобретение навыков управления отношениями со стейкхолдерами проектов.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • освоение понятийно-методологического аппарата управления стейкхолдерами проектов; освоение современных моделей взаимоотношений со стейкхолдерами проектов в их взаимосвязи с реализацией ответственности за принятие решений; • формирование умений оценки уровня развития менеджмента отношениями со стейкхолдерами; создание навыков применения коммуникаций, как основного метода управления отношениями со стейкхолдерами проекта; • приобретение навыков формирования и развития механизма управления отношениями со стейкхолдерами проектов. <p>Содержание дисциплины: Роль и функции управления отношениями со стейкхолдерами в проектах Анализ моделей взаимоотношений со стейкхолдерами в проект Классификация и мэппинг стейкхолдеров проектов Оценка уровня зрелости отношений со стейкхолдерами в проектах. Классификация ожиданий и гармонизация интересов стейкхолдеров Оценка и классификация влияния стейкхолдеров проектов Выбор стратегии коммуникации со стейкхолдерами проектов</p>	3 з.е. 108 а.ч.	—
Корпоративная социальная ответственность	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>В настоящий момент организации разного уровня во всем мире активно включаются в реализацию социально-значимых программ и проектов. Интерес к проблематике социальной ответственности бизнеса обусловлен, с одной стороны, недостаточностью ресурсов государств для проведения эффективной социальной политики, с другой стороны, растущим давлением со стороны стейкхолдеров компаний (прежде всего потребителей и местных (локальных) сообществ) на бизнес в части решения острых социальных проблем. Выполнение компанией социальных обязательств становится фактором роста конкурентоспособности, устойчивости и возможностью для "открытия" новых рынков.</p> <p>Все большее число организаций как в мире, так и в России пытаются создать имидж и репутацию социально ответственной организации, оправдать общественные ожидания в отношении своей продукции или услуг, одновременно формируя высокие общественные стандарты и внося вклад в повышение качества и уровня жизни населения. Социальная</p>	2 з.е. 72 а.ч.	—

		<p>ответственность бизнеса приобретает форму обязательной составляющей деятельности современных корпоративных структур, что проявляется и в организационном плане, в подготовке менеджеров по данному направлению, также во включении социальных программ в корпоративные стратегии.</p> <p>Дисциплина "Корпоративная социальная ответственность" направлена на формирование у будущих менеджеров навыков управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, использования современных методов анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании.</p> <p>Целями освоения данной дисциплины является подготовка магистра к профессиональной деятельности в области менеджмента организаций, формирование у студентов соответствующих общекультурных и профессиональных навыков, обеспечивающих готовность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности, формирование у студентов знаний о важнейших законах, закономерностях и принципах создания, функционирования и развития организаций, проблемах и перспективах эффективного управления в организациях.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание целостного представления основ систематических знаний в области корпоративной социальной ответственности, имеющей нормативные, стилевые, функциональные особенности, которые выступают организующим началом современных (креативных) корпораций сообществ, корпоративного управления и корпоративных отношений; - усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью; - овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности; - приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ответственностью. <p>Содержание дисциплины</p> <p>Тема 1. Сущность корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Тема 2. История возникновения и развития корпоративной социальной ответственности. Тема 3. Теоретические принципы и международные стандарты корпоративной социальной политики</p> <p>Тема 4. Корпоративная социальная ответственность и эффективный менеджмент организаций</p>		
--	--	---	--	--

			<p>Тема 5. Социальное инвестирование в организациях</p> <p>Тема 6. Инструменты социальных технологий</p> <p>Тема 7. Государственное регулирование социальной ответственности</p> <p>Тема 8. Внешне средовое влияние на корпоративную социальную ответственность</p> <p>Тема 9. Оценка социальной ответственности и рейтинга предприятия. Корпоративная культура.</p>		
Социальное партнерство	3	3	<p>Целью учебной дисциплины «Социальное партнерство» является изучение студентами важнейших категорий и механизмов социального партнерства и освоение приемов и методов согласования субъектов социально-трудовых отношений.</p> <p>Задачами учебной дисциплины «Социальное партнерство» являются: формирование представлений о природе института социального партнерства, его сущности, целях и задачах в социально-трудовой сфере; определение смысла и значимости социального партнерства; формирование знания об основных правовых нормах, определяющих основные формы социального партнерства; ознакомление студентов с механизмами урегулирования трудовых споров.</p>	2 з.е. 72 а.ч.	—
Фонды прямых инвестиций	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Цели дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ознакомление слушателей с одним из источников предпринимательских финансов и популяризация фондов прямых инвестиций; – Дать представление о развитии отрасли фондов прямых инвестиций и движение капитала фондов прямых инвестиций в мировой экономике; – Дать представление о структуре фондов прямых инвестиций, способах привлечения капитала в фонды прямых инвестиций; – Обучить слушателей структурировать сделки слияний и присоединений с заемным капиталом, реструктуризации компаний с привлечением капитала фондов прямых инвестиций; – Дать представление о корпоративном управлении в публичных и частных компаниях, роли совета директоров в стратегическом развитии бизнеса; – Обучить слушателей формированию совета директоров, избирательному процессу в совет директоров, обязанности членов совета директоров; – Обучить слушателей идентифицировать и минимизировать риски в управлении экономическим ростом компании, опираясь на практику корпоративного управления; – Обучить анализировать компании для приобретения фондами прямых инвестиций и реструктуризации бизнеса для повышения инвестиционной 	2 з.е. 72 а.ч.	—

		<p>привлекательности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ознакомить слушателей с основными способами выхода из портфельных компаний фондами прямых инвестиций. Задачи дисциплины: – После изучения дисциплины студенты должны сформировать навыки идентификации рисков и умение учитывать их при осуществлении сделок слияний и присоединений с участием фондов прямых инвестиций; – Слушатели должны научиться строить финансовый прогноз и обоснование экономической выгоды осуществления трансакций, иметь представление структурирования сделок с заемным капиталом; – Слушатели должны обладать знаниями о корпоративном управлении компании, роли и взаимосвязи между акционерами, менеджерами и советом директоров; определять «уязвимые точки» в системе внутреннего корпоративного контроля компании; – Студенты должны понимать сделки с участием фондов прямых инвестиций, их роль в формировании инвестиционной привлекательности компании; – Слушатели должны понимать сопутствующую юридическую документацию, а также знать законодательную базу в рамках данной дисциплины. <p>Тема 1. Экономика фондов прямых инвестиций (ФПИ). Роль фондов в финансовой системе и реальном секторе экономики. 1. Определение фондов прямых инвестиций. Инвестиционные стратегии. 2. Бизнес модель фондов прямых инвестиций: ограниченные партнеры (LP) и главный партнер/управляющая компания (GP). 3. Основные инвесторы (частные и институциональные) в фонды прямых инвестиций: особенности, мотивация, основные требования. Процесс привлечения капитала в фонды. 4. Роль фондов в создании стоимости компаний и перераспределении капитала в финансовой системе.</p> <p>Тема 2. Организация сделок слияний и присоединений (M&A) с участием ФПИ. 1. Организация поиска непубличных/частных компаний для инвестиций. 2. Структурирование сделки M&A. 3. Роль и обязанности главного партнера (GP) и ограниченных партнеров (LP) в инвестиционном процессе.</p> <p>Тема 3. Финансовое моделирование сделок слияний и присоединений (M&A). 1. Построение финансовой модели сделки M&A. 2. Выбор оптимальной структуры капитала и финансового баланса компании при инвестировании ФПИ.</p> <p>Тема 4. Управление портфельными компаниями ФПИ. 1. Улучшение операционных метрик в портфельных компаниях. 2. Работа в совете директоров портфельных компаний. 3. Основные выходы фонда из портфельных компаний.</p>		
--	--	--	--	--

			<p>Тема 5. Венчурный капитал. 1. Отличительные особенности высокорисковых инвестиций. 2. Проблемы поиска и формирования высокорискового портфеля инвестиций.</p> <p>Тема 6. Развитие отрасли фондов прямых инвестиций в России: проблемы и перспективы.</p> <p>1. Инвестиционные товарищества. 2. Привлекательные отечественные сектора для инвестирования в частные компании. 3. Особенности прямого инвестирования в частные компании в России. 4. Проблемы привлечения отечественного капитала в фонды прямых инвестиций.</p> <p>Тема 7. Теоретические аспекты корпоративного управления. 1. Основные теории, ассоциированные с развитием корпоративного управления. 2. Отличительные особенности кодексов корпоративного управления в разных странах.</p> <p>Тема 8. Собственники и акционеры компаний. Корпоративное управление в публичных, непубличных/частных и семейных предприятиях (офисах). 1. Акционеры и заинтересованные стороны (стейкхолдеры). Основные различия и общность роли в системе корпоративного управления. 2. Корпоративное управление в семейных компаниях. 3. Роль институциональных инвесторов в корпоративном управлении: суверенные фонды благосостояния и фонды прямых инвестиций. 4. Корпоративное управление и социально ответственное инвестирование.</p> <p>Тема 9. Роль совета директоров в стратегическом развитии компаний. Корпоративные процедуры для членов совета директоров. 1. Обязанности совета директоров компании. Права, обязанности и ответственность членов совета директоров в стратегическом развитии компаний. 2. Основные комитеты совета директоров. Исполнительные, неисполнительные и независимые директора в совете директоров. 3. Оценка работы совета директоров. Вознаграждение членов совета директоров. Тема 10. Корпоративное управление как способ защиты интересов акционеров/ инвесторов. "Активизм" акционеров (инвесторов). Совет директоров как эффективный механизм защиты прав инвесторов/акционеров. Отличительные особенности акционерного активизма в разных странах.</p>		
Управление инвестициями	Дисциплины магистерских программ по выбору	3	<p>Целью освоения дисциплины является формирование системы знаний в области анализа и управления инвестиционными проектами коммерческих компаний.</p> <p>В результате изучения курса слушатель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучит современные модели и методы оценки эффективности инвестиционных проектов и портфелей реального инвестирования (с 	2 з.е. 72 а.ч.	—

		<p>учетом и без учета фактора времени, отражая инфляцию, риск, финансовые и нефинансовые ограничения на капитал),</p> <ul style="list-style-type: none">- научится проводить сравнительный анализ проектов, различающихся по инвестициям, сроку жизни, направленности денежных потоков;- научится проводить ранжирование независимых проектов сложной структуры. <p>Содержание программы учебной дисциплины:</p> <p>Тема 1. Основы управления инвестициями Определение и классификация инвестиционных решений. Выявление конкурентных преимуществ как первый этап инвестиционного анализа. Проектный менеджмент и планирование долгосрочных инвестиций (capital budgeting). Стадии разработки проектов. Роль и значимость бизнес-плана в аналитической работе по проекту.</p> <p>Тема 2. Анализ инвестиционных проектов на основе дисконтированных денежных потоков Сопоставление денежных потоков и начальных инвестиций – основа анализа инвестиционных проектов. Срок жизни проекта как конкурентное преимущество. Планирование денежных потоков обособленного проекта и притоков денежных потоков функционирующей компании в условиях инфляции. Специфика отражения денежных потоков при оценке эффективности участия в проекте. Особенности оценки начальных инвестиций: безвозвратные инвестиции, вмененные издержки, инвестиции в основные фонды (учет капитализируемых затрат), в чистый оборотный капитал. Инвестиции на завершающей стадии реализации проекта. Учет влияния налоговых факторов при прогнозе операционных и инвестиционных денежных потоков проекта.</p> <p>Тема 3. Показатели оценки эффективности инвестиционных проектов Дисконтируемый поток денежных средств как основа инвестиционного анализа, ориентированного на создание стоимости. Ставка дисконта как финансовое ограничение реализации проекта. Закладываемые допущения в методе NPV анализа инвестиционных проектов и критерии приемлемости. Множественность ставок дисконтирования (взаимосвязь форвардных и спот ставок). Анализ проектов методами внутренней нормы доходности (IRR) и дисконтированного периода окупаемости проекта. Противоречия метода IRR. Модифицированная внутренняя норма доходности проекта. Дисконтированный период окупаемости. Индекс рентабельности. Анализ точки инвестиционной безубыточности с учетом налогового «щита» как функции ставки дисконтирования по проекту. Экономический срок жизни проекта и его роль в инвестиционном анализе.</p>		
--	--	---	--	--

			<p>Тема 4. Особенности оценки конкурирующих инвестиций Сравнение инвестиционных проектов с разными сроками реализации. Выбор между капитальным ремонтом и обновлением активов. Сопоставление финансовых эффектов от лизинга и приобретения актива в собственность.</p> <p>Тема 5. Технология оценки рисков в инвестиционных проектах Специфика рискованных проектов: классификация факторов риска. Выявление ключевых факторов риска: анализ чувствительности. Внешние и внутренние риски (конфликты). Причины возникновения конфликтов. Анализ чувствительности проекта.</p> <p>Тема 6. Принятие решения о целесообразности инвестиций на основе оценки рентабельности капитала Применение показателей рентабельности капитала при принятии решения о целесообразности инвестиций. Расчет точки безразличия при выборе источника финансирования проекта. Оценка влияния результатов проекта на стоимость компании.</p> <p>Тема 7. Управление инвестиционными проектами на этапе их реализации Принципы создания команды по реализации проекта. Применение реальных опционов для страхования рисков на этапе реализации проекта.</p>		
Сравнительный менеджмент (на английском языке)	Дисциплины магистерских программ по выбору на иностранном языке	3	<p>Целью изучения дисциплины «Сравнительный менеджмент» (на английском языке) является формирование у обучающихся знаний и представлений о направлениях развития национального менеджмента в ведущих странах мира, о способах повышения эффективности управления бизнесом с учетом разных уровней национально-культурных особенностей поведения персонала и партнеров, а также особенностей стран, в которых осуществляется бизнес.</p> <p>Основными задачами дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изложение системы научных знаний, составляющую теоретические и практические основы сравнительного менеджмента, формирующую практические навыки менеджера в управлении организацией, в которой работают работники разных национальностей и культур; – изучение закономерностей и принципов взаимодействия представителей разных культур в системах управления предприятиями; – выработка практических рекомендаций по управлению мульти национальными коллективами; – изучение национально-культурных особенностей поведения людей разных культур в бизнесе; – освоение моделей экономики и моделей менеджмента стран Северной Америки, Европы и Востока; – представление о проблемах в системе взаимоотношений между менеджерами и персоналом компаний и механизмах их решения; – 	4 з.е. 144 а.ч.	—

			<p>изучение методов, форм и средств управления в сравнительном менеджменте;</p> <p>– анализ и сравнительная оценка поведения личностей и групп, принадлежащих к различному национально-культурному контексту</p> <p>Содержание дисциплины</p> <p>Тема 1. Возникновение и эволюция сравнительного менеджмента</p> <p>Тема 2. Культура в сравнительном менеджменте</p> <p>Тема 3. Национальная культура и стили руководства, мотивация и коммуникация в сравнительном менеджменте</p> <p>Тема 4. Институциональный подход в сравнительном менеджменте</p> <p>Тема 5. Менеджмент в США</p> <p>Тема 6. Менеджмент в Европе</p> <p>Тема 7. Менеджмент в Японии, Корее, Китае</p>		
Международная экономика (на английском языке)	Дисциплины магистерских программ по выбору на иностранном языке	3	<p>Цель изучения дисциплины – дать базовые знания студентам в области международной экономики в условиях глобализации мирового хозяйства.</p> <p>Задачи дисциплины: раскрыть становление и сущность мирового хозяйства и тенденции его развития; объяснить развивающиеся процессы глобализации в мировом хозяйстве; показать научно-технический потенциал мирового хозяйства; объяснить отраслевую структуру мирового хозяйства; раскрыть систему современных международных экономических отношений; показать роль и значение международной торговли в функционировании мирового хозяйства.</p>	4 з.е. 144 а.ч.	—