

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг»

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Управление партнёрскими отношениями»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5зач. единиц, 180часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (36 часа), практические занятия (18 часов) и самостоятельная работа обучающегося (126часов). В рамках изучения дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графического задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Понятие партнерских отношений. История развития принципов делового взаимодействия коммерческих организаций. Партнерские отношения в понимании различных социально-экономических теорий. Теория ценностей потребителей, теория трансакционных издержек, теории организационной экологии, теория прибыли, новая институциональная экономическая теория, теория агентских отношений, теория информационной экологии, теория стратегического управления, теория ресурсной зависимости, теория риска, теория социального обмена, теория заинтересованных лиц, теория сетей, теория обучения, когнитивного диссонанса, теория социального вовлечения. Особенности построения партнерских отношений в нормативно-правовой, организационно-управленческой, экономической, социальной и коммуникационной среде; особенности деловых партнерских отношений; понятие и содержание деловых партнерских отношений). Цель, задачи и принципы партнерских отношений. Доверие, свободный выбор, равноправие, взаимовыгодность, стратегическая ориентированность, распределенность ответственности как принципы партнерских отношений; задачи, решаемые в рамках развития партнерских отношений; преимущества и недостатки партнерских отношений. Атрибуты системы деловых партнерских отношений. Атрибутивные признаки системы деловых партнерских отношений; взаимосвязь атрибутивных признаков; функциональный комплекс системы партнерских отношений (функциональный, процессный и исполнительный блок; свойства системы деловых партнерских отношений; факторы, оказывающие влияние на систему деловых партнерских отношений).

2. Структура системы партнерских отношений. Атрибутивные признаки системы деловых партнерских отношений; взаимосвязь атрибутивных признаков; функциональный комплекс системы партнерских отношений (функциональный, процессный и исполнительный блок; свойства системы деловых партнерских отношений; факторы, оказывающие влияние на систему деловых партнерских отношений). Подсистемы системы партнерских отношений: подсистема материально-ресурсная, экономическая, инновационно-управленческого решения, инвестиционно-финансовая, управления трудовыми ресурсами; научно-техническая, проектно-конструкторская и опытно-экспериментальная, технико-технологическая, контрольно-аудиторская, оценочная и консалтинговая, товарно-сбытовая, нормативно-правовая, экспертно-аналитическая, информационно-статистическая, страховая, социально-мотивационная, распределительно-учетная, маркетинговая, коммуникационная, репутационно-имиджевая и PR. Материальный поток, информационный поток, поток финансовых активов, поток управленческих решений, поток сервисных услуг, поток технико-технологических операций, поток научно-исследовательской деятельности, поток трудовых ресурсов, поток правовых обязательств.

Особенности внешней мегасреды, макросреды, мезосреды, микросреды и субмикросреды.

3. Субъектная структура партнерской среды. Потребители, поставщики ресурсов и средств производства, подрядчики и соисполнители, торгово-посреднические организации, распределительные центры, реселлеры VAR-типа, производители аналогичной продукции или продукции одинакового функционального назначения, предприятия смежных, поддерживающих и обслуживающих отраслей. Лизинговые компании, венчурные фонды, банки, франчайзинговые компании, государственные внебюджетные фонды по поддержке и развитию отдельных отраслей и сфер деятельности, частные инвесторы и бизнес-ангелы, финансовая биржа, страховые организации. Адвокатские образования (адвокатский кабинет, коллегия адвокатов, адвокатское бюро, юридическая консультация), патентные поверенные и патентные агентства, нотариусы, органы лицензирования и сертификации. Научно-исследовательские центры, проектные институты, индивидуальные исследователи, технологические брокеры, технологические скауты, организации и агентства, вовлеченные в процесс трансфера технологий, инновационные кластеры. Радиостанции, издательства, сетевые порталы, телеканалы), коммуникационные агенты и провайдеры информации. Консалтинговые организации, экспертные бюро, учебные учреждения, тренинговые и коучинг-центры, информационно-аналитические агентства, информационно-аналитические агентства). Государственные ведомства и учреждения обеспечивающие, контролирующие, поддерживающие функционирование различных сфер и областей деятельности; профессиональные сообщества, союзы, гильдии; саморегулируемые организации). . Общественные организации, общественные движения, общественные фонды, общественные учреждения, органы общественной самодеятельности, политические партии, союзы (ассоциации) общественных объединений.

4. Формы деловых партнерских отношений. Темпы внедрения современных научных разработок и технологий в отраслях, уровень компьютеризации и количество внедренных (разработанных) современных программных продуктов по отраслям, потребительская универсальность/уникальность товаров, работ, услуг, уровень потребительской ориентированности, разработанность и уровень апробации методологии реинжиниринга производственных (бизнес) процессов по отраслям, глобализация рынков и частная межгосударственная кооперация, отношение производственных издержек к общему коммерческому результату, тенденции рыночного развития по отраслям, доля новых усовершенствованных товаров обращающихся на рынке, этап жизненного цикла устаревших товаров, уровень концентрации на рынке крупных компаний, корпораций, сформировавшихся устойчивых отраслевых партнерских групп, кластерных объединений, уровень коммерческого и финансового риска, правила и практика функционирования венчурных компаний на отраслевых рынках, развитость практики стратегических партнерств, уровень и правила стандартизации (сертификации) продукции, законодательная поддержка/ограничения, фактические и пропагандируемые общественные ценности, потребительская структура отраслевого рынка, инновационный маркетинг, направления и практика реструктуризации компаний, доступность и объективность информационно-статистических данных, степень развитости и адаптированности экспертно-аналитических компаний, совокупный кадровый потенциал рынка труда и уровень его квалификации. Взаимодействие в хозяйственных обществах, хозяйственных товариществах, производственных кооперативах, хозяйственных партнерствах, унитарных предприятий. Взаимодействие в потребительских кооперативах, политических партий, профсоюзных организаций, общественных движений, органов общественной самодеятельности, фондов, некоммерческих партнерств, ассоциаций, союзов, палат, автономных учреждений, благотворительных учреждений, бюджетных учреждений, казенных учреждений и др. Взаимодействие в представительства юридических лиц, филиалы юридических лиц, обособленные подраз-

деления юридических лиц, структурные подразделения обособленных подразделений юридических лиц, паевые инвестиционные фонды, простые товарищества. Взаимодействие в межправительственные международные организации, неправительственные организации. Взаимодействие в границах основной организации, контролирующей организаций, дочерних организаций, зависимых организаций. Взаимодействие с корпорациями, концернами, картелями, синдикатами, пулами, консорциумами, холдингами, ФПГ, стратегическими альянсами, трестами, межотраслевыми государственными объединениями, промышленными узлами, территориальными кластерами, а также особенности в взаимодействия внутри данных форм. Взаимодействие с цепными торговыми организациями, оптово-розничными цепями, объединениями торговых организаций ассоциативного типа или кооперативными объединениями, сетевыми организациями, межфирменными сетями, а также особенности в взаимодействия внутри данных форм.

5. Управление деловыми партнерскими отношениями. Диагностика задач, диагностика ситуаций, диагностика и постановка проблем, выделение целей, выработка решений, разработка проекта, разработка программы реализации. Блок-схема процесса аккредитации субъектов социально-экономической среды при создании отраслевого информационного массива, блок-схема логической последовательности процесса формирования деловых партнерских отношений на этапе принятия решения о предметных и функциональных областях развития организации, блок-схема логической последовательности процесса формирования деловых партнерских отношений на этапе разработки политики формирования деловых партнерских отношений.

6. Координация и интеграция деятельности в системе партнерских отношений. Задачи и функции процесса координации и интеграции; основные процессы координации и интеграции в рамках основной и вспомогательной деятельности, инфраструктурная интеграция организационно-управленческих систем. Понятие конфликта интересов, координационные процессы между структурными подразделениями компании, основные подходы и способы межфункциональной партнерской координации, трансакционные издержки партнерских отношений. Понятие и виды конфликтов в границах процесса деловых отношений, подходы к управлению конфликтными ситуациями.

7. Контроллинг системы партнерских отношений. Задачи процесса контроллинга системы партнерских отношений, схема процесса контроллинга ключевых бизнес-процессов взаимодействующих систем. Интегральные показатели оценки качества партнерских отношений. Подходы к идентификации ключевых процессов партнерских отношений, признаки ключевых бизнес-процессов системы партнерских отношений.