

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины являются формирование и развитие комплекса теоретических и практических знаний в вопросах планирования, организации и проведения управленческого консультирования предпринимательских структур, методов оценки и анализа процесса работы консультантов, организации процесса внедрения консалтинговых решений в практику предприятий различных областей и сфер деятельности. В рамках изучаемой дисциплины будут формироваться профессиональные навыки применения современных методов организации консалтингового процесса, а также изучение передового практического опыта российских и зарубежных консалтинговых компаний.

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачётные единицы, 108 часов.

Содержание дисциплины:

1. Понятие консалтинг. Главной задачей данного раздела является формирование общего представления о консалтинге, как сферы деятельности, и его приложение в области маркетинговой деятельности. Изучение дисциплины целесообразно начать с рассмотрения общей профессиональной деятельности консультантов и того вида продукции, который получается в результате их работы. Выделить ключевые особенности деловых услуг, как результата труда консультантов. Рассмотреть исторические предпосылки формирования управленческого консультирования как вида деятельности, как за рубежом, так и в России. Определить особенности консалтинговых услуг с позиции ресурсной концепции. В заключении целесообразно определить особенности восприятия управленческого консультирования современными предприятиями.

2. Типы и классификация управленческого консультирования. Основной задачей данной темы является изучение особенностей и видов консультантов, их направлений деятельности. В продолжении целесообразно обратить внимание на модели взаимодействия консультантов и их клиентов, как определяющему фактору формирования системы отношений. Немаловажное значение приобретает изучение видов клиентов и возможные формы консультирования. В завершении изучения данной темы целесообразно рассмотреть типы управленческого консультирования, как симбиоз подходов к консультированию и метод их практической реализации.

3. Организация работы консультантов и консалтинговых фирм. Основной целью данной главы является определение технических особенностей, принципов и критериев выбора консультантов. Данный раздел целесообразно посвятить изучению места и роли консультантов в консультируемой организации, принципам привлечения консультантов и подходу к методике формирования системы взаимоотношений. Также в рамках данной методики целесообразно изучить процессную последовательность выбора консультантов в рамках базового алгоритма.

4. Консалтинговый процесс. В рамках данной тематики целесообразно изучить консалтинговый процесс, его сущность и содержание. Понимание этапности и содержания консалтингового процесса позволит сформировать методологический базис консалтинговой деятельности, определить ключевые точки в системе консалтинговой деятельности. Изучение консалтингового процесса целесообразно совместить с анализом факторов, оказывающих влияние на режим оказания консалтинговых услуг.

5. Консалтинг как актив предприятия. Основным содержанием данной главы является изучение форм и методов учета результатов работы консультантов в деятельности предприятия. Целесообразно рассмотреть как зарубежную практику, так и отечественную, определить преимущества и недостатки, выделить основные направления развития и альтернативные формы отражения в балансе. Изучение основ учета результатов консалтинговой деятельности основывается на рассмотрении сформировавшихся партнерств в рамках целевых проектов.

6. Консалтинговое решение. Изучение консалтингового решения, как вида управленческого решения, должно быть основано на практике отношений консультантов и их клиентов, а также тех задач, решение которых было передано консультантам. Данный подход должен быть фабулой в изучении данной темы. В связи с Тем не менее важным становится изучение методов принятия консалтингового решения и подходов к его разработке.

7. Консалтинговый проект. Главной задачей данной главы является изучение практических подходов к разработке и реализации консалтинговых проектов на практике, формирования его направления и определения области управленческих решений. Целесообразно в данной теме рассмотреть принципы построения карты развития предприятия и разработка консалтинговых заданий, связанных достижением поставленных задач в рамках сформированной карты. Консалтинговое техническое задание является стержневой основой консалтингового проекта, что предопределяет научную необходимость его изучения в рамках сформированного плана. Не менее важным моментом является рассмотрение практики реализации технического задания в рамках предприятий разливных сфер и областей деятельности. В заключении целесообразно рассмотреть принципы оценки и учета работы консультантов.

8. Маркетинг консалтинговых услуг. Ключевой основой данной главы является изучение реализации консалтинговых услуг на рынке, а также их позиционирования в рыночных рамках. Немаловажную роль следует отвести изучению методов продвижения консалтинговых услуг на свободном рынке, а также формирования условий для развития конкурентоспособности. В рамках данной темы целесообразно рассмотреть подходы к формированию системы конкурентных преимуществ в рамках комплекса маркетинга для консалтинговых услуг.

9. Документальное сопровождение работы консультантов. В основе данной темы лежит изучение законодательной базы организации консалтинговой деятельности, а также подходов к формированию системы отношений в рамках

существующего законодательства. Изучение данной тематики как заключительного раздела предполагает знание ключевых понятий в области консалтинга и управленческого консультирования.

Основная литература:

1. Васильев Г.И., Деева Е.М. Управленческое консультирование: учебное пособие – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
2. Маринко Г.И. Управленческое консультирование: учеб. пособие. – М: ИНФРА-М, 2005.

Дополнительная литература

1. Бирман П.А. Общий менеджмент – М.: Изд-во Дело, 2008
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
3. Гончаров М.И., Лемзяков Г.А. Консалтинг в антикризисном управлении (теория и практика) – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006.
4. Джентл Р. Как сделать карьеру в консалтинге – СПб.: Нева, 2004.
5. Иванов М., Фербер М., Руководство по маркетингу консалтинговых услуг – М.: Альпина Паблишер, 2004
6. Курбатва О.В. Развитие рынка консалтинговых услуг: учеб. пособие – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
7. Лукашевич В.В. Управление персоналом: учебное пособие – М.: Кнорус, 2007.
8. Майстер Д., Грин Ч., Галфорд Р. Советник, которому доверяют – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
9. Мелихов Ю.Е., Малуев П.А. Управление персоналом: портфель надежных технологий/учебно-практическое пособие – М.: «Дашков и К », 2008.
10. Менеджмент: учебное пособие /Под ред. В.В. Лукашевича, Н.И. Астаховой – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005
11. Менеджмент: практикум /Под ред. Л.В. Ивановой – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006
12. Мороз Ю. Управленческий консалтинг – нет ничего проще – Ростов н / Д, «Феникс», 2004
13. Одегов Ю.Г., Карташова Л.В. Управление персоналом, оценка эффективности: учебное пособие – М.: Экзамен, 2004
14. Пригожин А. Методы развития организаций – М.: МЦФЭР, 2004
15. Сербиновский Б.Ю. Управление персоналом: учебник – М.: «Дашков и К», 2008
16. Смирнов Э.А. Разработка управленческих решений: учебник – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002
17. Управление персоналом: учебное пособие /Под ред. Марченко О.И. – М.: «Ось – 89», 2004