

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг»

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Маркетинговый консалтинг»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2зач. единиц, 72 часов, форма промежуточной аттестации – зачет

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов) и самостоятельная работа обучающегося (36 часов).

В рамках изучения дисциплины предусмотрено выполнение индивидуального домашнего задания.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

1. Понятие консалтинга. Главной задачей данного раздела является формирование общего представления о консалтинге, как сферы деятельности, и его приложении 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 маркетингового 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 маркетингового консультирования, как симбиоз подходов к консультированию и метод их практической реализации.

3. Организация работы консультантов по маркетингу 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. Маркетинговое консультирование 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 этим 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 различных 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.