

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

## 38.03.02 Менеджмент

### профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»

(шифр и наименование образовательной программы)

## Аннотация рабочей программы

### дисциплины «Маркетинговый аутсорсинг»

(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (17часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение ИДЗ – разработка и оценка проекта маркетингового аутсорсинга

### **Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:**

**1. Понятие аутсорсинга.** Главной задачей данного раздела является формирование общего представления о аутсорсинге, 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 аутсорсинговых услуг с позиции ресурсной концепции. В заключении целесообразно определить особенности восприятия аутсорсинга современными предприятиями.

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

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

**4. Аутсорсинговый процесс.** В рамках данной тематики целесообразно

изучить аутсорсинговый процесс, его сущность и содержание. Понимание этапности и содержания аутсорсингового процесса позволит сформировать методологический базис аутсорсинговой деятельности, определить ключевые точки в системе аутсорсинговой деятельности. Изучение аутсорсингового процесса целесообразно совместить с анализом факторов, оказывающих влияние на режим оказания аутсорсинговых услуг.

**5. Принятие решений по привлечению аутсорсинговых компаний.** Изучение решения по привлечению аутсорсинговых компаний, как вида управленческого решения, должно быть основано на практике отношений консультантов и их клиентов. Данный подход должен быть фабулой в изучении данной темы. В связи с этим не менее важным становится изучение методов принятия решения по привлечению и подходов к его разработке.

**6. Аутсорсинговый проект.** Главной задачей данной главы является изучение практических подходов к разработке и реализации аутсорсинговых проектов на практике, формирования его направления и определения области управленческих решений. Целесообразно в данной теме рассмотреть принципы построения карты развития предприятия и разработка Аутсорсинговых заданий, связанных достижением поставленных задач в рамках сформированной карты. Аутсорсинговое техническое задание является стержневой основой аутсорсингового 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.

**7. Маркетинг аутсорсинговых услуг.** Ключевой основой данной главы является изучение реализации аутсорсинговых услуг на рынке, а также их позиционирования в рыночных рамках. Немаловажную роль следует отвести изучению методов продвижения аутсорсинговых 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 аутсорсинговых услуг.

**8. Документальное сопровождение работы консультантов.** В основе данной темы лежит изучение законодательной базы организации аутсорсинговой деятельности, а также подходов к формированию системы отношений в рамках существующего законодательства. Изучение данной тематики как заключительного раздела предполагает знание ключевых понятий в области аутсорсинга.