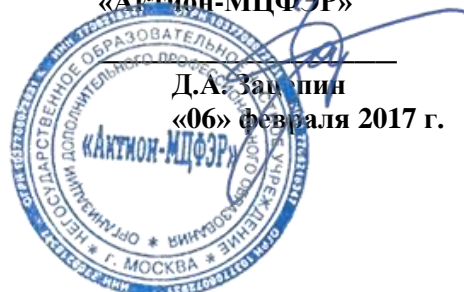


Негосударственное образовательное частное учреждение организации
дополнительного профессионального образования «Аktion-МЦФЭР»

УТВЕРЖДАЮ
Директор НОЧУ ОДПО
«Аktion-МЦФЭР»



Д.А. Запкин
«06» февраля 2017 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования (повышения квалификации)

«УПРАВЛЕНИЕ КОМПАНИЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»
(объем 120 академических часов)

г. Москва

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Программа направлена на освоение (совершенствование) профессиональных компетенций, необходимых для осуществления следующих обобщенных управленческих функций:

- обеспечение жизнеспособности и эффективного развития организации;
- получение максимальной отдачи для акционеров и заинтересованных сторон в долгосрочном развитии организации;
- управление видами (направлениями) деятельности организации для достижения стратегических целей.

Профессиональные компетенции определены в соответствии с проектом профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации» (проект утвержден приказом Минтруда России от 13 марта 2014 г. б/н), с постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37 «Об утверждении квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих» (в редакции от 12 февраля 2014 года):

- формирование миссии организации, разработка стратегии ее развития;
- определение потребностей в работниках, в зависимости от их квалификации и возможных материальных последствий;
- отбор и расстановка работников в соответствии с их квалификацией и производственным процессом;
- определение и постановка задачи сотрудникам;
- управление конфликтами и развитие стрессоустойчивость;
- мотивирование сотрудников на качественное выполнение работ (заданий), повышение их лояльности к предприятию и руководству;
- проявление лидерские качества в коллективе;
- решение возникающих проблем в ходе взаимодействия с клиентами, персоналом, контрагентами;
- осуществление контроля над рациональной организацией труда работников (персонала) – подразделения;
- координация работ между исполнителями и взаимодействующими подразделениями;

- осуществление перспективного и краткосрочного бюджетирования плановой деятельности организации;
- разработка планов производства и участие в их реализации;
- разработка программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей;
- обеспечение и управление маркетинговой деятельностью организации;
- управление финансами и доходами предприятия.

2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ – постановление Минтруда России от 21.08.1998 г. № 37 «Об утверждении квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих» (в редакции от 12.02.2014); проект профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации» (проект утвержден приказом Минтруда России от 13.03.2014 б/н).

3. ТРУДОЕМКОСТЬ И СРОК ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ: трудоемкость – 120 академических часов, срок освоения – 3 месяца.

4. КАТЕГОРИИ СЛУШАТЕЛЕЙ: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

5. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ – заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

6. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин / модулей (в том числе практик)	Часы			Формы контроля
		Всего часов	Аудиторные	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1	Лидерство и личная эффективность	19	6	13	-
2	Управление маркетингом	15	4	11	-
3	Управление финансами и налоговыми отчислениями	15	4	11	-
4	Стратегическое управление	15	4	11	-
5	Управление проектами	10	4	6	-
6	Управление персоналом и командообразование	15	4	11	-
7	Управление продажами	19	7	12	-
8	Процессное управление	10	3	7	-
<i>A</i>	<i>Итоговая аттестация</i>	<i>2</i>	<i>-</i>	<i>2</i>	<i>зачет</i>
	ИТОГО:	120	36	84	-

7. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

7.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛАМ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование разделов	Часы				Формы контроля
		Всего часов	Аудиторные		Самостоятельная работа	
			Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7
1.	<i>Лидерство и личная эффективность</i>	19	6	-	13	-
1.1	Функции современного менеджера	5	1	-	4	-
1.2	Лидерство	1	2	-	1	-
1.3	Коммуникации	4	1	-	3	
1.4	Как все успевать в рабочее время: правила оперативного управления	3	1	-	2	
1.5	Личный стиль руководителя	3	1	-	2	
2.	<i>Управление маркетингом</i>	15	4	-	11	-
2.1	Основы маркетинга	3	1	-	2	-
2.2	Анализ рынка	4	1	-	3	-
2.3	Брендинг	4	1	-	3	
2.4	Продвижение	4	1	-	3	
3.	<i>Управление финансами и налоговыми отчислениями</i>	15	4	-	11	-
3.1	Финансовые показатели эффективности работы компании	4	1	-	3	-
3.2	Управление прибылью и денежными потоками	4	1	-	3	-
3.3	Источники финансирования бизнеса	3	1	-	2	
3.4	Налоговая политика компании	4	1	-	3	
4.	<i>Стратегическое управление</i>	15	4	-	11	-
4.1	Эволюция: продукт, организация, управленцы	4	1	-	3	-
4.2	Стратегическая модель, видение, мышление	3	1	-	2	-
4.3	Разработка и реализация стратегии	5	1	-	4	
4.4	Управление стоимостью бизнеса	3	1	-	2	
5.	<i>Управление проектами</i>	10	4	-	6	-
5.1	Введение в управление проектами	3	1	-	2	-
5.2	Организация управления проектом	4	2	-	2	-
5.3	Управление проектами по этапам жизненного цикла	3	1	-	2	
6.	<i>Управление персоналом и командообразование</i>	15	4	-	11	-
6.1	Стратегическое управление персоналом	3	1	-	2	-
6.2	Подбор персонала	4	1	-	3	-

6.3	Мотивирование и оценка персонала	4	1	-	3	
6.4	Организационное поведение	4	1	-	3	
7.	<i>Управление продажами</i>	19	7	-	13	-
7.1	Стратегия продаж	3	1	-	2	-
7.2	Прогнозирование и бюджетирование продаж	3	1	-	2	-
7.3	Организация коммерческого подразделения	3	1	-	2	-
7.4	Управление сбытом	2	1	-	1	
7.5	Управление развитием клиентской базы	3	1	-	2	
7.6	Категорийный менеджмент	2	1	-	1	
7.7	Техники продаж и коммуникаций	3	1	-	2	
8.	<i>Процессное управление</i>	10	3	-	7	-
8.1	Введение в процессное управление	3	1	-	2	-
8.2	Построение модели бизнес-процессов	4	1	-	3	-
8.3	Внедрение и контроль процессного управления	3	1	-	2	
	ИТОГО:	120	36	-	84	-

7.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

Тема 1.1. Функции современного менеджера

Ключевые параметры эффективной системы управления. Какие функции нужны современным компаниям. Как повысить зрелость бизнес-процессов. Мотивация персонала – одна из ключевых функций менеджера.

Тема 1.2. Лидерство.

Понятие лидерства. Лидер и стратегия. Лидер и команда. Лидер и управление развитием. Лидер и корпоративная культура. Лидер и личный стиль. Лидер и саморазвитие. Лидер и лидеры.

Тема 1.3. Коммуникации.

Коммуникации с нервными клиентами. Гарвардский стиль ведения переговоров. Манипуляции и контрманипуляции при коммуникациях. Коммуникации с сотрудниками. Ошибки при подготовке сотрудников.

Тема 1.4. Как все успевать в рабочее время: правила оперативного управления.

Поглотители времени руководителя. Реалистичное планирование времени руководителя. Расстановка приоритетов. Целеполагание. Корпоративная культура работы в рабочее время.

Тема 1.5. Личный стиль руководителя.

Три основных стиля лидерства. Оптимальный стиль лидерства в зависимости от задачи. Проблемы при выборе адекватного стиля руководства

Тема 2.1. Основы маркетинга.

Использование маркетинг-микса 4Р. Принципы организации маркетинга в компании. Функции маркетинга.

Тема 2.2. Анализ рынка.

Маркетинговая среда фирмы. Бенчмаркинг и тренды. Сегментирование клиентов.

Тема 2.3. Бренддинг.

Позиционирование. Визуализация бренда и бренд-стратегия. Стратегия продвижения.

Тема 2.4. Продвижение.

Партизанский и вирусный маркетинг. Контент-маркетинг. Digital-маркетинг.

Тема 3.1. Финансовые показатели эффективности работы компании.

Оценка компании с позиции акционеров и кредиторов. Три вида отчетности компании: цели и содержание. Анализ показателей финансовой отчетности. Анализ показателей управленческой отчетности. Анализ показателей бухгалтерской отчетности.

Тема 3.2. Управление прибылью и денежными потоками.

Управление издержками. Анализ цепочки «затраты – выпуск продукции – прибыль». Бюджетирование денежных потоков. Бюджетирование операционной деятельности.

Тема 3.3. Источники финансирования бизнеса.

Определение потребности в финансировании. Собственные средства или заемные. Источники собственного капитала. Особенности банковского кредита. Иные формы финансирования бизнеса.

Тема 3.4. Налоговая политика компании.

Налоговая стратегия и управление налоговыми рисками. Правила оптимизации налогообложения: законные и запрещенные схемы. Налоговая

нагрузка на бизнес. Налоговый контроль и самостоятельная оценка рисков налоговой проверки.

Тема 4.1. Эволюция: продукт, организация, управленцы.

Эволюция продуктов и услуг. Эволюция управления в организации. Эволюция руководителя.

Тема 4.2. Стратегическая модель, видение, мышление.

Модель стратегического управления. Стратегическое мышление, цель, видение. Стратегическая карта компании.

Тема 4.3. Разработка и реализация стратегии.

Виды стратегий. Создание решений для клиентов. Ключевые аспекты при реализации стратегии.

Тема 4.4. Управление стоимостью бизнеса.

Стоимость бизнеса, факторы стоимости. Влияние стратегии и управления на стоимость бизнеса.

Тема 5.1. Введение в управление проектами.

Основные характеристики проекта. Методы управления проектами. Анализ стандартов для управления проектами.

Тема 5.2. Организация управления проектом.

Взаимосвязь стратегии и проектной деятельностью. Классификация проектов: способы и приемы. Модели жизненного цикла проекта. Организационные структуры проекта и роли команды.

Тема 5.3. Управление проектами по этапам жизненного цикла.

Инициация и обоснование проекта. Планирование проекта. Организация и контроль исполнения проекта. Завершение проекта.

Тема 6.1. Стратегическое управление персоналом.

Фазы развития бизнеса и тип требуемого персонала. Основные принципы кадровой политики

Тема 6.2. Подбор персонала.

Основные способы поиска персонала. Подбор персонала: какие показатели контролировать. Ключевые тенденции на рынке труда.

Тема 6.3. Мотивирование и оценка персонала.

Модель компетенций. Принципы оценки персонала. Принципы KPI. Правила успешной системы мотивации.

Тема 6.4. Организационное поведение.

Типология личности по MBTI. Группы и команды. Приверженность и удовлетворенность.

Тема 7.1. Стратегия продаж.

Базовые и специализированные стратегии продаж. Маркетинговый анализ рынка. Формирование бизнес-модели. Анализ эффективности реализации стратегии. Управление рисками. Коммерческая политика компании.

Тема 7.2. Прогнозирование и бюджетирование продаж.

Методы прогнозирования продаж (экспертные, статистические, ресурсные). Бюджетирование коммерческой деятельности. Показатели для анализа результатов продаж.

Тема 7.3. Организация коммерческого подразделения.

Организационная структура. Подбор компетенций. Формирование команды. Приемы материального стимулирования специалистов по продажам. Регламентация работы сотрудников. Контроль работы сотрудников. Обучение и оценка торгового персонала.

Тема 7.4. Управление сбытом.

Построение товаропроводящей сети (дилеры, дистрибуторы). Омниканальные продажи. Франчайзинг (требования к компании и ее продукту, риски). Договорные отношения с клиентами.

Тема 7.5. Управление развитием клиентской базы.

Клиентская лояльность. Типология покупателей. Стимулирующие мероприятия для партнеров. Этапы развития клиентской базы. Работа с ключевыми партнерами. Сервисная поддержка. Консультационные продажи. Работа с претензиями и рекламациями.

Тема 7.6. Категорийный менеджмент.

Управление ассортиментом. Управление эффективностью товарных категорий. Принятие решений по ассортименту.

Тема 7.7. Техники продаж и коммуникаций.

Этапы переговоров. Особенности опосредованных переговоров. Приемы деловых коммуникаций. Базовое коммерческое предложение. Представление продукта и компании. Работа с возражениями клиентов. Закрытие сделки, контроль исполнения договоренностей.

Тема 8.1. Введение в процессное управление.

Бизнес-процессы: основные термины. Классификация бизнес-процессов. Пять этапов перехода на процессное управление

Тема 8.2. Построение модели бизнес-процессов.

Определение целей построения модели бизнес-процессов. Формирование команды проекта по построению модели бизнес-процессов. Моделирование бизнес-процессов.

Тема 8.3. Внедрение и контроль процессного управления.

Внедрение процессного управления. Контроль и анализ процессного управления.

8. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

В процессе обучения с целью проверки качества освоения материала и закрепления пройденной темы слушателю предлагается задание для самоконтроля. Задание для самоконтроля формируется из вопросов итогового тестирования, относящихся к пройденной теме. Доступ к материалам следующей темы слушатель получает после того, как ответит на все вопросы задания для самоконтроля.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

9.1. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. А. Сергеев, И. Иванова. Теория менеджмента. Учебник. М.: Academiai, 2013.
2. И. Адизес. Идеальный руководитель. М.: Альпина Паблишер, 2017.
3. Хилл, К. Лайнбек. Трудно быть боссом. Модели успешного лидерства. М.: Альпина Бизнес Бук, 2012.
4. Г. Кеннеди. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах. М.: Альпина Паблишер, 2017.
5. Г. Архангельский. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

6. С. Кови. Семь навыков высокоэффективных людей. М.: Альпина Паблишер, 2017.
7. Д. Траут. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2017.
8. Ф. Коттлер. Маркетинг от А до Я. М.: Альпина Паблишер, 2010.
9. Б. Шарп. Как растут бренды. О чем не знают маркетологи. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.
10. Ч. Холмс. Совершенная машина продаж. 12 проверенных стратегий эффективности бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2013.
11. Р. Лукич. Управление продажами. М.: Альпина Паблишер, 2013.
12. К. Бакшт. Построение отдела продаж. М.: Питер, 2016.
13. Д. Шоул. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. М.: Альпина Паблишер, 2017.
14. Г. Симон. Признания мастера ценообразования. М. Библос, 2017.
15. Т. Григорьева. Финансовый анализ для менеджеров. Оценка, прогноз. Учебник. М.: Юрайт, 2016.
16. Ф. Котлер. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. М.: Альпина Паблишер, 2016.
17. М. Портер. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Паблишер, 2016.
18. Р. Каблан, Д.П. Нортона. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-бизнес, 2016.
19. К. Ф. Араос. Выбор сильнейших. Как лидеру принимать главные решения о людях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
20. О. Креггер, Д. Тьюсон, Х. Ратледж. Типы людей и бизнес. Как 16 типов личности определяют ваши успехи на работе, 2005.
21. Х. Хэлворсон, Т. Хиггинс. Психология мотивации. Как глубинные установки влияют на наши желания и поступки. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
22. М. Ротер. Учитесь видеть бизнес-процессы. Построение карт потоков создания ценности. М.: Альпина Диджитал, 2015.

23. Руководство по улучшению бизнес-процессов. М.: Альпина Диджитал, 2015.
24. . Чампи, М. Хаммер. Реинжиниринг корпорации. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007.
25. А. Полковников, М. Дубовик. Управление проектами. Полный курс МВА. М.: Олимп-Бизнес, 2016.
26. Д. Сазерленд. Scrum. Революционный метод управления проектами. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
27. «Генеральный Директор. Персональный журнал руководителя» // Электронный журнал «Генеральный Директор». <http://e.gd.ru/>
28. «Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта». // Электронный журнал «Коммерческий директор». <http://e.kom-dir.ru/>

10. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам прохождения итоговой аттестации.

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования. Аттестованным считается слушатель, ответивший верно не менее, чем на 27 вопросов. Тест состоит из 30 вопросов, случайным образом выбираемых системой дистанционного обучения из общего числа 678 утвержденных вопроса, так чтобы в тесте были представлены вопросы по всем темам. Ответ не засчитывается при выборе одного неверного варианта ответа или выборе верного и неверного варианта ответа одновременно. Тестирование проводится на платформе дистанционного обучения, результат подсчитывается автоматически.

Слушателям, освоившим образовательную программу и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации (установленного образца).

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ПРОГРАММЫ – программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

12. СОСТАВИТЕЛИ:

1. Моженков В.Н., президент ассоциации «Российские автомобильные дилеры», член совета директоров ГК «АвтоСпецЦентр».
2. Смирнов Ю.И., генеральный директор компании «Менеджмент».
3. Сергеев А.М., профессор, преподаватель на программах MBA и Executive MBA бизнес-университета «МИРБИС».
4. Бехтерев С.В., управляющий партнер консалтинговой компании «Правила игры».
5. Пометун А.Г., руководитель агентства Task & Solution Marketing.
6. Линник К.В., эксперт по управлению финансами, бюджетированию и аналитике.
7. Рябых Д.А., генеральный директор компании «Альт-Инвест».
8. Парулева И.В., эксперт аудиторско-консалтинговой группы «Градиент Альфа» по управлению налоговыми и правовыми рисками, эксперт по управлению налоговыми рисками ТПП России.
9. Пирожков И.В., генеральный директор компании VM Capital.
10. Соолятэ А.Ю., генеральный директор компании «BPM Консалтинг Групп».
11. Владимирская А.В., руководитель агентства интернет-рекрутинга PRUFFI, PRUFFI Friends
12. Бочарова А.А., бизнес-тренер, консультант по организационному развитию, предприниматель
13. Литти С.П., Doctor of Business Administration