



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования**  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**  
**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Институт дополнительного профессионального образования –**  
**«ВЫСШАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА»**

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
**программы повышения квалификации**  
**Mini MBA «Управление компанией - стратегическое маркетинговое**  
**управление»**

**Цель программы** – освоение современных подходов, методов и процедур в формировании и поддержании конкурентных преимуществ компании, а также ее коммуникаций с внешней средой.

**Целевая аудитория** – топ-менеджеры и руководители динамично развивающихся компаний и бизнес-единиц, стремящиеся к приобретению новых знаний и компетенций.

Продолжительность обучения: – 3,5 месяца.

Режим занятий: **2-3 раза в неделю**, по рабочим дням с 18:30 до 21:30, по субботам с 10:00 до 13:00 или с 10.00 до 17.00.

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. работа	
1	<b>Экономика и управление фирмой</b> Экономические единицы и их деятельность Классификация хозяйственных организаций Интеграция хозяйственных организаций Классификация хозяйственных объединений Доходы и расходы организации Деловая культура Поведенческая школа менеджмента Внутренняя среда фирмы Внешняя среда фирмы Выбор стиля управления	16	6	6	4	
2	<b>Бизнес-моделирование</b> Концепция и модели потребительской ценности Методологические подходы к оценке ценности Анализ цепочки ценности: сети ценности и деловая экосистема Классификация бизнес-процессов и бизнес-моделей Показатели эффективности функционирования бизнес-моделей Методология бизнес -моделирования: клиентоориентированный подход	16	6	6	4	
3	<b>Системная модель маркетинга фирмы</b> Основные понятия маркетинга Современные тренды в маркетинге Маркетинговая среда Ценностноориентированный маркетинг Виды спроса Система маркетинга Маркетинговые исследования и аналитика	20	10	6	4	

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма конт- роля
			лек- ции	практ. зан.	самост. работа	
4	<b>Стратегический менеджмент</b> Эволюция систем управления Стратегический процесс Стратегический анализ. Анализ внешних и внутренних факторов Модель 5-сил М.Портера Анализ ключевых компетенций Конкурентные преимущества, создание стоимости и прибыльность Позиционирование компании и конкурентные стратегии Управление стратегическим портфелем Управление стратегическим портфелем	16	8	4	4	
5	<b>Управление портфелем брендов</b> Что такое бренд, ключевые функции бренда Особенности брендинга по сравнению с классическим маркетингом Экономика бренд-менеджмента Стратегический бренд-менеджмент Управление брендом Согласование стратегии брендинга и стратегии бизнеса Аудит бренда	18	10	6	2	
6	<b>Финансовый менеджмент и управление стоимостью компании</b> Содержание и сущность финансового менеджмента Основные понятия управления финансовой структурой Управление оборотными активами Рабочий капитал Управление затратами, операционными доходами и денежными потоками предприятия Управление капиталом Реальные опционы в инвестиционных проектах Системные финансовые эффекты и ценность контроля над бизнесом	18	12	4	2	
7	<b>Логистический менеджмент</b> Введение в логистический менеджмент Реализация логистических функций на предприятии Практические аспекты логистического менеджмента Мировые тренды, влияющие на логистический менеджмент, цифровизация в логистике Логистика снабжения, логистика производства, логистика сбыта Транспортная логистика, складская логистика, логистика запасов Управление цепями поставок	16	8	4	4	
8	<b>Дизайн мышление и управление потребительским опытом</b> Управление конкурентоспособностью фирмы Источники конкурентных преимуществ: новые модели потребления Инструменты конкурентных преимуществ: создание клиентоориентированных товаров и услуг Процесс дизайн мышления	14	8	4	2	

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			лекции	практ. зан.	самост. работа	
9	<b>Управление и мотивация персонала</b> Описание должности Поиск, отбор персонала Адаптация и мотивация персонала, мотивирующая работа Мотивирующий менеджмент Оценка и аттестация персонала	14	8	4	2	
1	<b>Введение в Big Data</b> Что такое Big Data Принципы работы с большими данными Big Data: технологии, методы, инструменты Big Data: лучшие практики Эффективное использование данных в принятии решений. Data-driven и Data-informed подходы.	8	-	8		
1	Тренинг «Вы руководитель: новые задачи»	8	-	8		
1	Мастер классы	8	-	8		
1	Выпускная работа	8	-	8		Презентация проекта
	<b>ИТОГО</b>	<b>180</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>28</b>	

#### **Преподаватели:**

**Аренков Игорь Анатольевич**, д.э.н., проф., эксперт-консультант ИДПО-«ВЭШ» СПбГЭУ, директор программы;

**Быховская Екатерина Дмитриевна**, бизнес-тренер, консультант по коммуникациям и продажам, управлению персоналом, руководитель сектора образовательных технологий ВЭШ СПбГЭУ;

**Домнин Владимир Николаевич**, к.э.н., доцент кафедры маркетинга СПбГЭУ;

**Зябриков Владимир Васильевич**, к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия и предпринимательства СПбГУ, опыт работы финансовым директором в ряде российских организаций;

**Жигалов Вячеслав Михайлович**, к.э.н., доцент кафедры управления и планирования социально-экономических процессов СПбГУ;

**Кайсаров Александр Александрович**, к.э.н., заместителя руководителя департамента менеджмента НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге;

**Лебедева Людмила Николаевна**, к.ф.-м.н., доцент кафедры прикладной математики и экономико-математических методов;

**Салихова Яна Юрьевна**, к.э.н., доцент кафедры маркетинга СПбГЭУ;

**Файбушевич Сергей Иосифович**, к.э.н., доцент, директор программы профессиональной переподготовки «Управление персоналом» ВЭШ СПбГЭУ;

**Юлдашева Оксана Урняковна**, д.э.н., профессор, зав. кафедрой маркетинга СПбГЭУ;

Все преподаватели имеют опыт практической работы.

Мастер-классы проводятся с приглашенными экспертами, практиками в соответствующей сфере деятельности.

Возможно изменение состава преподавателей.