

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ

(декан)

_____/Н.Г. Осипова/

« ____ » _____ 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

«Стратегическое лидерство и конкуренция»

«Strategic leadership and competition»

Уровень высшего образования:

Магистратура

Направление подготовки (специальность):

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

Направленность (профиль) ОПОП:

«Системная аналитика и социоинженерная деятельность»

Форма обучения:

Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

На заседании Ученого Совета факультета

(протокол №__ от _____ 2021 г.)

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология (уровень магистратуры) в редакции приказа МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109.

Год (годы) приема на обучение: 2021.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части (дисциплина по выбору), 3 семестр

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть): дисциплина «Стратегическое лидерство и конкуренция», являясь дисциплиной по выбору, логически связана с другими частями ОПОП подготовки магистра по программе "Системная аналитика и социоинженерная деятельность", она базируется на знаниях, полученных в ходе общепрофессиональной подготовки ("Современные социологические теории и школы", "Теоретические подходы к конструированию социологического исследования") и расширяет знания о факторах и технологиях разработки и принятия стратегических решений (на разных уровнях управления), получаемых в ходе освоения дисциплин обязательной части магистерской программы «Социальное управление в информационном обществе», «Современные социальные технологии управления общественными процессами».

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК- 10 Способен использовать и оптимизировать существующие методы разработки и принятия организационно-управленческих решений для реализации социологического проекта.	Индикатор ПК- 10.1. Обоснованно отбирает и использует методы разработки и принятия организационно-управленческих решений	<p>ЗНАТЬ: методы разработки и принятия организационно-управленческих решений</p> <p>УМЕТЬ: применять методы разработки и принятия организационно-управленческих решений</p> <p>УМЕТЬ: использовать современные методы сбора, анализа и интерпретации комплексной социальной информации для решения управленческих задач в области взаимодействия компании с целевыми аудиториями</p>
	Индикатор ПК 10.2 Оптимизирует, дорабатывает методы разработки и принятия организационно-управленческих решений в соответствие с поставленной задачей/ спецификой реализуемого проекта	<p>УМЕТЬ: оптимизировать технологию принятия организационно-управленческих решений в области стратегического планирования</p>
ПК- 12 Способен осуществлять оперативное управление структурным	Индикатор ПК 12.1	<p>ЗНАТЬ: основы разработки и реализации стратегии организации</p>

<p>(социологическим, информационно-аналитическим, HR, консалтинговым, маркетинговым, PR и пр.) подразделением организации в соответствии с ее стратегией и оценивать последствия управленческого воздействия.</p>	<p>Отбирает и реализует функциональные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии</p>	<p>УМЕТЬ: реализовывать отдельные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии</p> <p>УМЕТЬ: применять современные управленческие теории, модели исследования для формирования конкурентных стратегий деловых организаций</p>
	<p>Индикатор ПК 12.2 Оценивает последствия реализации тактических и стратегических управленческих решений для внутренней и внешней среды организации</p>	<p>УМЕТЬ: понимать и предвидеть возможности и риски стратегических управленческих решений для подразделения и/или организации в целом</p> <p>УМЕТЬ: использовать результаты анализа и интерпретации данных для разработки практических рекомендаций и предложений по решению актуальных проблем управления с учетом характеристик субъектов (работников) и факторов внешней среды</p>
<p>МСПК-3. Уметь диагностировать проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управлять сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной ответственности</p>	<p>МСПК-3. Выявляет проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управляет сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной ответственности</p>	<p>ЗНАТЬ: методы диагностики внешней и внутренней среды организации</p> <p>УМЕТЬ: применять современные методы и технологии (трендвотчинг, дизайн-мышления и т.д.) для отбора/доработки управленческих и технических инноваций</p> <p>УМЕТЬ: анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений и рекомендаций по совершенствованию стратегий современных деловых организаций</p>

4. Формат обучения: очная.

5. Объем дисциплины (модуля) составляет объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, всего 72 часа, из которых 28 акад. часов (14 часов лекций и 14 часов семинаров) составляет контактная работа студента с преподавателем, 44 академ. часа составляет самостоятельная работа студента.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

Наименование разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации	Всего (часы)	В том числе			Форма текущего контроля успеваемости
		Контактная работа (часы)		Самостояте льная работа обучающег ося (часы)	
		Лекции	Практиче ские занятия		
<u>Раздел I. Стратегическое лидерство и конкуренция в современном мире: основные понятия</u>					
Тема 1. Рынки как социальные конструкты. Конкуренция как социально-укоренный процесс	5	1	1	3	Практические задания, эссе
Тема 2. Эффективность и жизнеспособность современных деловых организаций	5	1	1	3	Практические задания, реферат, эссе
Тема 3. Классические и современные теории лидерства. Стратегическое лидерство в системе управления	7	2	2	3	Дискуссии, реферат
<u>II. Инструменты и технологии стратегического лидерства</u>					
Тема 4. Стратегически ориентированные исследования рынка	9	2	2	6	Трендотчинговая сессия, разработка сценария, реферат, практические задания
Тема 5. Современные подходы к изучению конкурентов: от классических схем к промышленному и маркетинговому шпионажу	7	2	-	5	Дискуссия, отчет, практические задания, аналитическая справка, реферат

Тема 6. Стратегическое позиционирование организаций в современных условиях	7	-	2	4	Реферат, ситуативное задание
Тема 7. Роль межфирменных сетей взаимодействия в конкурентной борьбе. Социально-ориентированные стратегии ведения конкурентной борьбы: опыт российских и зарубежных компаний	8	-	2	6	Развернутая беседа, реферат, эссе, практические задания
Тема 8. Развитие фьючерсного мышления как компонента стратегического лидерства	8	2	2	4	Практические задания, эссе, дискуссия
Тема 9. Лидерство и персональная эффективность	8	2	2	4	Интерактивное задание, эссе, реферат
Тема 10. Роль инноваций в стратегическом лидерстве компаний	8	2	-	6	Реферат, круглый стол
Итого	72	14	14	44	
Промежуточная аттестация (зачет)					

Раздел I. Стратегическое лидерство и конкуренция в современном мире: основные понятия

Тема 1. Рынки как социальные конструкторы. Конкуренция как социально-укоренный процесс

Эволюция теоретических подходов к анализу рынков: от рынка как места до рынка как социальной сети. Влияние теорий социального обмена (Дж. Хоманс, П.Блау, Р.Багоцци и др.), социальных сетей (Х. Уайт, М. Гранноветтер, Де Джорджи, Б.Уицци и др.) на объяснение механизмов функционирования рынка.

Влияние факторов внешней среды на изменение форм и характера современной конкуренции. От функциональной к генерической конкуренции.

Конкуренция как социально-укоренный процесс. Конкурентные преимущества и его источники. Кластерная теория конкуренции. Роль кластеров в конкурентоспособности государств, регионов, отраслей и компаний. Кластеры как инструмент взаимосвязи крупного и малого бизнеса; стимулирования инноваций; развития территорий. Формирования кластеров на базе новых информационно-коммуникационных технологий: опыт индустрии нано и биотехнологий.

Конкуренции "экосистем" в цифровой экономике. Тенденция к монополизации рынков и способы ограничения цифровых платформ.

«Индекс конкурентоспособного роста» (Growth Competitiveness Index, GCI), «Индекс текущей конкурентоспособности» (Current Competitiveness Index, CCI): компоненты и методология расчета.

Тема 2. Эффективность и жизнеспособность современных деловых организаций

Соотношение понятий «эффективность» и «жизнеспособность» организации. McKinsey «Индекс жизнеспособности организации» (Organizational Health Index (OHI)). 9 элементов жизнеспособности: понимание направления развития, руководство, рабочая среда и корпоративная культура, мотивация сотрудников, инновации и приобретение знаний, контроль и координация, ответственность за результат,

ориентация на внешнюю среду, корпоративные навыки организации. Сравнительный анализ проблем жизнеспособности российских организаций и предприятий Западной Европы: проблемы руководства, рабочей среды и корпоративной культуры.

"Организационное здоровье" как основной ориентир современной системы организации труда. Технологии формирования среды и поддержания "организационного здоровья" компании в холакратических организациях: опыт российских и зарубежных компаний по построению бирюзовых организаций.

Тема 3. Классические и современные теории лидерства. Стратегическое лидерство в системе управления

Лидерство как ведущее положение личности и как процесс самоорганизации и самоуправления группы. Классические теории лидерства: теория лидерских качеств, поведенческий подход (управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутона, типология лидерства Р. Лайкерта), ситуационные теории лидерства (Ф. Фидлер, Р. Хауз, П. Херси, К. Бланшар и т.д.), процессные концепции (В. Врум, Ф. Йеттон), теория обмена, модель многосторонней связи Г. Юкла.

Современные теории лидерства: теория эмоционального интеллекта Д. Гоулмана, концепция «внутреннего стимулирования» лидерства К. Кэшмана, теория опосредованного лидерства Р. Фишера, А. Шарпа, теория «двигателя лидерства» Н. Тичи, разделяемое лидерство. Лидерство на различных этапах жизненного цикла организации (код РАЕИ И.Адизеса).

Проблемное поле лидерства: классификация теорий лидерства А.Яго и карта теорий лидерства С. Филоновича. Лидерство в управлении процессами изменений.

"Распределенное лидерство" в самоорганизуемых командах: технологии развития, институциональные ограничения в российской деловой среде.

Стратегическое лидерство в системе управления. Задачи стратегического лидерства: определение видения, трансформация целей и планов в их достижение, стимулирование инноваций, формирование вовлеченности работников в реализацию видения. Трансформационное vs транзакционное лидерство в современных организациях.

II. Инструменты и технологии стратегического лидерства

Тема 4. Стратегически ориентированные исследования рынка

Стратегически ориентированное маркетинговое исследование (СОМИ): понятие, цели, задачи. Факторы, обеспечивающие эффективность отбора участников СОМИ: область деятельности, размер предприятия, тип собственности, организационная культура, доля рынка, портфель брендов и тд. Бенчмаркинг как основа проведения. Этапы проведения стратегически ориентированного маркетингового исследования.

Методика «посредничество на рынке знаний» («knowledge brokering») (Энди Харгадон (Andy Hargadon) и Роберт Саттон (Robert Sutton), основывающаяся на системном подходе к изучению внешних источников в поисках идей, разработанных специалистами разных профилей, действующими в разных отраслях и имеющими разный опыт и уровень компетентности. Этапы knowledge brokering: 1) анализ проблемной ситуации; 2) оценка брокеров знаний и выбор консультантов; 3) консультации брокеров знаний; 4) интеграция новых идей в план преобразований. Опыт транснациональных компаний в использовании «knowledge brokering» и перспективы ее развития в РФ.

Deep Future. Объединение форсайт-метода, сценарных методов социального прогнозирования и банков социальных знаков. Сценарные методы: особенности разработки и применения в деятельности современных организаций. Техника Institute for Future: вопросы о будущем,

текущем и прошлом. Джокеры (Wild cards) и слабые сигналы (weak signals) в системе проактивного планирования современных организаций. Направления анализа «зарождающихся тенденций». Разработка и реализация проектов по «сканированию горизонтов» и их роль в разработке стратегий стран, отраслей, компаний. Технические платформы «сканирования горизонтов» и выявления слабых сигналов и «джокеров» в прогнозировании изменений. Ipsos Trend Track.

Трендвотчинг (trendwhatching): способы организации, методы работы экспертов, сферы использования. Макро и микро тренды. Платформы по агрегации трендов. Использование карт трендов и "канвы" трендов для формирования идей по поиску конкурентных бизнес-моделей и сегментов

Тема 5. Современные подходы к изучению конкурентов: от классических схем к промышленному и маркетинговому шпионажу

Анализ конкуренции М. Портера. Индексный метод. Структурная группировка конкурентов (карты). Составление профилей ключевых конкурентов.

Оценка и учет сильных и слабых сторон в деятельности конкурентов. SWOT, TOWS анализ. Развитие SWOT –анализа - SNW –анализ и практика его применения в России. Методика и задачи АНТИ- SWOT-анализа. Gap-анализ как изучение несоответствия между целью и результатом, который может быть достигнут при использовании различных конкурентных стратегий. Этапы Gap-анализа; способы и инструменты преодоления операционных и стратегических пробелов (разрывов).

Методы сбора информации о конкурентах в России. Использование открытых источников: рекламные материалы, информация в СМИ и Интернет; выставки и конференции; анализ социальных медиа; открытые вакансии и назначения. Скрытые способы и инструменты сбора информации. Незаконные методы: промышленный и маркетинговый шпионаж.

Технологии Big data в конкурентном анализе. Dark data (“темных” данных). Виды Dark data (выборочные факты, самоотбор, данные, о которых известно, что они отсутствуют, намеренно затемненные данные, искажения обратной связи и уловки и т.д.), способы их выявления и восполнения при принятии управленческих решений.

"Насыщение", "обогащение" Big data качественными данными: от Big data к Smart data. Стратегии смешанных исследований (интеграция качественных и количественных методов).

Способы и стратегии конкурентной борьбы. Корпоративные и бизнес-стратегии. Матрица Стрикленда-Томпсона. Понятие о функциональных стратегиях. Матрица MACS (market-activated corporate strategy, или активированная рынком корпоративная стратегия). Отбор типа конкурентной стратегии методом SPACE-анализ (Strategic Position and Action Evaluation.)

Тема 6. Стратегическое позиционирование организаций в современных условиях

Понятие стратегического позиционирования М. Портера. Факторы, влияющие на разработку стратегического позиционирования. 6 принципов стратегического позиционирования организаций. Vision VS Mission. Vision как компонент стратегического лидерства. Формирование видения (vision): базовая идеология (ключевые ценности и предназначение) и образ будущего. Глобальные, труднодостижимые, амбициозные цели как средство создания долгосрочного видения компании. Предметные, конкурентные, имитационные, реформаторские цели и видение.

Технологии стратегического позиционирования: опыт российских и зарубежных компаний. Влияние новых информационных технологий на стратегическое позиционирование компаний.

Стратегии позиционирования компаний на основе социально-значимых общественных проблем. Формирование позиции брендов (brand's stand).

Тема 7. Роль межфирменных сетей взаимодействия в конкурентной борьбе. Социально-ориентированные стратегии ведения конкурентной борьбы: опыт российских и зарубежных компаний

Предпринимательские сети и сети выживания. Методология исследования межфирменных сетей. Социально-ориентированные стратегии ведения конкурентной борьбы: факторы выбора, принципы построения. 4 типа социально укорененных конкурентных стратегий: включенность в партнерские, организационно оформленные сети делового взаимодействия с конкурентами (деловые сети); вхождение в сети межличностной коммуникации; вхождение в смешанные партнерско-межличностные сети; обособленная хозяйственная деятельность. Особенности применения этих стратегий российскими предприятиями (С. Куш, В. Радаев).

Тема 8. Развитие фьючерсного мышления как компонента стратегического лидерства

3 ключевых фактора успешности организации XXI века: инновации, совершенство, предвидение. Предвидение – результат стратегических исследований, включающих 5 составляющих: понимание факторов влияния (тренды, джокеры, слабые сигналы); дивергентное мышление; конвергентное мышление; составление дорожных карт; отображение и визуализация будущего. Восприятие волативности как новый управленческий навык.

Дивергентные и конвергентные формы мышления (Дж.Гилфорд). Парадигмы мышления как препятствия развития: понятие, характеристика, стадии проявления. Агенты смены парадигм: способы диагностирования, направления использования в современных социальных институтах и организациях. Способы развития дивергентного мышления. О'Коннор Дж., Макдермотт И., Гараедаги Д., Медоуз Д. о развитии системного мышления.

Креативность сотрудников. Многокомпонентная модель креативности Т. Лубарта. Креативность как результат работы системы (развитие дивергентного мышления на всех уровнях управления, создания "поля" инноваций, создание механизмов распространения и принятия идей). Современные исследования и инструменты создания креативной среды (М. Чиксентмихайи).

Внутриорганизационные факторы креативности: справедливое распределение благ, формирование среды значимости работы каждого сотрудника; влияние личности формального и неформального лидера и его качеств; формирование и развитие лидеров, чувствительных к волативности/ понимающих ее природу; создание внутриорганизационной сети контактов.

Технологии дизайн-мышления в организациях.

Связь креативности и организационной культуры. «Созидательное разрушение»: факторы и механизмы преодоления культурных тупиков (Р. Фостер, С.Каплан).

Тема 9. Лидерство и персональная эффективность

Системы управления персональной эффективностью: от принудительных рейтингов (GE) до модели «Гибкий оптимизатор» (Netflix).

Эрики Эриэл Фокс (Winning from Within) - технологии «восполнения недостатка эффективности», преодоления несоответствия между тем, что сотрудники хотели бы сделать, чтобы добиться успеха, и тем, что они фактически делают в соответствующий момент.

«Парадокс успеха» и проектирование успеха личности.

Самоанализ как инструмент повышения персональной эффективности и развития лидерства: опыт коммерческих организаций. Этапы самоанализа: 1. Понять характер собственной личности: выявить «большую четверку» элементов, определяющих поведение людей в повседневной жизни («Мечтатель», «Мыслитель», «Выразитель эмоций», «Воин»). Составление матрицы. 2. Развить понимание состояния: функция внутреннего наблюдателя, проанализировать особенности фактического поведения и собрать достаточно информации для определения основных проблем. 3. Использовать результаты самоанализа в целях организационных преобразований. 4. Выбор агентов изменений и катализатора преобразований.

Проактивное мышление и персональная ответственность сотрудников.

Эмоциональный интеллект сотрудников (EQ) и развитие их социальных навыков: методики диагностики, способы и инструменты развития. Опыт российских организаций в развитии эмоциональной компетентности сотрудников разного уровня.

Коучинг как эффективная технология развития лидерских качеств. Бизнес и лайф коучинг в российских и зарубежных организациях: профессионализация, возможности ограничения применения.

Развитие персонального бренда: инструменты, дискуссионные вопросы.

Тема 10. Роль инноваций в стратегическом лидерстве компаний

WOW-проекты и Wow- идеи как стратегии, обеспечивающие лидерство компаний в современных условиях: достоинства и недостатки. Особенности организации и реализации WOW-проектов: Т. Питерс, К. Нордстрем и др.

Парадигма открытых инноваций Г.Чезборо: 1) необходимость организации взаимодействий с талантливыми людьми внутри и вне организации; 2) значительную ценность могут создавать внешние НИОКР, внутренние НИОКР лишь как дополнение; 3) необязательно проводить собственные исследования, чтобы на основе их результатов получить прибыль; 4) создание более совершенной модели бизнеса важнее, чем выход первым на рынок. 5) необходимо получать прибыль от использования другими интеллектуальной собственности организации, компании также должны покупать интеллектуальную собственность у других организаций всякий раз, когда она соответствует их бизнес-модели.

Менеджмент идей (Idea-management)- современная система управления идеями и инновациями: структура, этапы внедрения, критерии эффективности. Способность систем менеджмента идей (Idea-management) продуцировать социальные, управленческие, технологические инновации.

Системы внутреннего предпринимательства как фактор стимулирования инновационного процесса. Формирование онлайн-площадок с привлечением стейкхолдеров для отбора инновационных идей. Банки управленческих и технологических инноваций крупнейших компаний.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

7.1.1 Примерные темы рефератов

Формирование позиции брендов (brands stand) в российских условиях
Большие данные (Big data) в стратегические ориентированных исследованиях: возможности и ограничения
Распределенное лидерство в российских организациях
Стратегии "смешанных" исследований при проведении конкурентного анализа
Факторы развития менеджмента идей в современных российских организациях
Организация трендвотчингового исследования
Предпринимательские сети и конкурентные стратегии
Применение методов и технологий прогнозирования Deep Future в современных организациях
Личная эффективность руководителя современные способы диагностирования и инструменты развития
Развитие внутреннего предпринимательства в РФ: барьеры и перспективы

7.1.2. Примерные темы эссе:

Новые формы конкуренции
Эра генерической конкуренции: новые возможности или крах существующих стратегий
Холакратия – это плюс для работника или собственника
Работа в организации и работа над организацией: что важнее в XXI веке?
Трансформация лидерства в бирюзовых организациях
Ключевые требования к лидерству в период изменений
Формирование персонального бренда руководителя (сотрудника): необходимость или управленческая мода?
Последствия развития "эмоциональной работы" для общества, организации и работника
Роль креативных решений в деятельности современного управленца
Управление креативностью в современных организациях
Коучинг- эффективная технология развития лидерских качеств: миф или реальность
Лидерство в современных организациях
Возможности использования предпринимательских сетей малым бизнесом
Ожидаемый (е) результат (ы): развитие творческого мышления; совершенствования навыка изложения и структурирования информации; совершенствование умения выделять причинно-следственные связи; иллюстрировать выводы соответствующими примерами из практики; умения аргументировать выводы.

7.1.3. Примерные задания для практических занятий:

Развернутая беседа «Возможно ли формирования кластеров на базе новых nano, био, информационно-коммуникационных и когнитивных технологий (NBICs) в России?»

На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ различного типа рекомендованных преподавателем российских и зарубежных публикаций по развитию NBICs-кластеров в зарубежных странах, каждый магистрант формирует свою точку зрения относительно перспектив формирования таких кластеров в России; разрабатывает аргументацию своего выбора; подбирает примеры регионов, компаний, которые могут стать основой формирования таких кластеров. Затем в ходе обсуждения на семинаре магистранты формируют общую точку зрения на возможность формирования таких кластеров, разрабатывают систему управленческих решений, которые необходимо внедрить для их формирования, привлечения компаний, специалистов, инвесторов в эти кластеры.

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех магистрантов по выдвинутой проблеме; выступления магистрантов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемый (е) результат (ы): совершенствование навыков теоретического анализа, систематизации подходов; умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение грамотно ставить вопросы, давать оценку ответам коллег.

Дискуссия: «Лидерство на различных этапах жизненного цикла организации».

На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ мнений российских и зарубежных ученых, практикующих консультантов по развитию лидерства в современных организациях, магистранту необходимо сформулировать и аргументировать точку зрения на следующие вопросы: как меняются задачи лидерства в процессе развития организации; может ли быть эффективно реализовано групповое лидерство, «разделяемое лидерство» в современных организациях, на каких этапах развития; кто важнее для деловых организаций: эффективный менеджер или лидер; могут ли эти роли выполняться одним человеком? Магистрантам также необходимо найти примеры из практики организаций, подтверждающие выработанную ими позицию.

Концепция дискуссии: сначала каждый участник дискуссии кратко презентует свою позицию по поставленным вопросам, затем в ходе общего обсуждения, магистранты вырабатывают коллективную позицию по поставленным вопросам.

Ожидаемый (е) результат (ы): умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение вести дискуссию, уметь грамотно ставить вопросы, давать оценку ответам коллег.

Дискуссия «Промышленный и маркетинговый шпионаж в России».

На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ мнений российских и зарубежных ученых, маркетологов, консультантов и специалистов по конкурентной разведке, магистрантам необходимо сформулировать и аргументировать свою точку зрения на следующие вопросы: является ли промышленный шпионаж эффективным инструментом конкурентной борьбы в России; каковы масштабы использования промышленного и маркетингового шпионажа в России; какие риски и последствия для организации несет применение данного инструмента, как применение промышленного и маркетингового шпионажа скажется на реализации долгосрочных планов компаний? Магистрантам также необходимо найти примеры из практики организаций, подтверждающие позицию.

Концепция дискуссии: сначала каждый участник дискуссии презентует результаты своей самостоятельной работы над темой, затем следует коллективное обсуждение проблемы.

Ожидаемый (е) результат (ы): умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, уметь грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Применение метода сценариев для прогнозирования развития рынка определенного товара/ услуги «Сценарий развития рынка 2035». (Тип рынка отбирается магистрантами в ходе обсуждения, для него в дальнейшем по группам будут разработаны альтернативные сценарии развития). Результат работы оформляется в виде отчета и мультимедийной презентации.

В ходе первого этапа каждый из магистрантов индивидуально осуществляет следующие работы:

1) отбирает основные тренды, которые оказывают влияние/ могут оказать влияние на развитие выбранного рынка, проводит анализ по следующим направлениям:

- социальные (включая и демографические изменения);
- технологические;
- экономические;
- политические;
- ценностные.

(При отборе трендов магистранты могут опираться на данные статей и обзоров из списка литературы, предоставленных преподавателем, сценарные матрица, уже разработанные специалистами по данной проблематике, на данные библиотек проектов по сканированию горизонтов, а также необходимо осуществить дополнительный поиск информации по поставленной теме);

2) объединяет отобранные тренды в единый список, ранжирует их по степени значимости для развития выбранного рынка и неопределенности (низкая неопределенность – тренд, который реализуется с высокой степенью вероятности с понимаемыми для развития объекта последствиями; высокая неопределенность – невозможно сейчас точно спрогнозировать последствия реализации данного тренда, и реализуется ли он).

В ходе второго этапа магистранты обсуждают результаты индивидуальных заданий первого этапа. Результатом дискуссии становится:

1) Выбор критических точек (тренды) – высокая неопределенность + высокая значимость, с которыми будут работать группы.

2) Составление сценарной матрицы. Выбор сценария (мини-группами) для дальнейшей разработки.

В ходе третьего этапа магистранты разрабатывают один из сценариев (в мини-группах). Магистрантам необходимо:

-подобрать метафору к разрабатываемому сценарию;

- определить/ установить важность факторов, которые способствуют реализации Вашего сценария;

-описать, как будет выглядеть рынок 2035 в разрабатываемом сценарии;

-какие риски несет в себе разрабатываемый сценарий для существования существующих на рынке компаний и организаций;

-выделить 1 негативный и 1 позитивный джокер для разрабатываемого сценария;

- выделить и обосновать 2 -3 первоочередных управленческих решения для одного из предприятий-лидеров существующего рынка,

которые необходимо предпринять уже сейчас, для поддержания конкурентоспособности предприятия в условиях реализации разрабатываемого сценария.

Четвертый этап – презентация и обсуждение сценариев.

Трендотчинговая сессия (работа с trend canvas).

Концепция сессии: предполагает формирование преподавателем задания по конкретной организации, магистранты получают данные о экономических и маркетинговых показателях конкретной компании, затем магистранты в ходе самостоятельной работы знакомятся с картами трендов, отчетами исследовательских компаний о развитии рынка, изменении ценностных предпочтений потребителей, каждый магистрант формирует 5-6 ключевых трендов (факторов внешней среды), значимых для развития продукта выбранной компании. На семинарском занятии с применением метода мозгового штурма группа магистрантов отбирается список всех тех изменений внешней среды, которые соответствуют выбранному для анализа рынку; затем магистранты разбиваются на несколько мини групп. Каждая из групп получает канву потребительских трендов, преподаватель объясняет последовательность работы с блоками канвы. Далее мини-группы, конкурируя друг с другом, генерируют креативные идеи по модернизации товарного ассортимента/товара/ коммуникации/ расширения или детализации целевой аудитории. Все результаты заносятся в канву. После окончания работы мини-групп, следует этап общегруппового обсуждения, в ходе которого отбираются и группируются идеи для дальнейшей доработки.

Ожидаемый (е) результат (ы): совершенствование навыков генерации идей, выставления критериев для их отбора, совершенствования навыков групповой работы; умение работать с картами потребительских трендов, совершенствования навыков аналитической работы со вторичными данными; обучение навыкам работы с trend canvas.

Интерактивное упражнение «Решение кейса на собеседовании»¹.

Интерактивное упражнение направлено, с одной стороны, на совершенствования умения магистрантов работать с управленческой задачей, с другой стороны – на моделирование реальной ситуации принятия управленческого решения, когда необходимо проанализировать проблему и принять решение в условиях ограниченной информации и ограниченного времени. 3 человека из числа магистрантов выполняют роль руководителя, заместителя и HR-сотрудника, которые проводят собеседование с кандидатами на замещение вакантной должности. Остальные магистранты играют роль кандидатов. Участникам предлагается задача: ресторан в центре города испытывает финансовые трудности: посетителей много, а выручка с м2 небольшая, средний счет – маленький. А у конкурента – столы пустуют, но выручка выше и дела идут успешнее. В чем проблема и что делать?

Концепция интерактивного упражнения: когда магистранты, выполняющие роль кандидатов, пытаются выяснить дела в компании, задача организаторов собеседования, как это бывает в реальной жизни, все время сбивать кандидатов, задавая дополнительные, не относящиеся к проблеме вопросы: как правильно раскрутить сайт ресторана? Где размещать наружную рекламу? Как и когда они поднимут нам выручку? И как нам потратить эти деньги? Задача упражнения заключается в том, чтобы, несмотря на наличие излишней информации, магистранты-кандидаты смогли выяснить суть проблемы и способ ее решения, а не диагностировать только очевидные симптомы. Проблема ресторана заключается в том, столы предназначены на 4 персоны, а у конкурентов – на 2-е. И получается, что если приходит один человек, он занимает сразу 4 места. Решение проблемы заключается в замене столов.

¹ Задание составлено по материалам сайта консалтинговой компании «Empatica» (эл.ресурс). URL: <http://www.empatika.com/blog/>

7.1.4. Примерные задания для самостоятельной подготовки:

Подготовка отчета "Тенденции развития рынка (конкретный рынок выбирается магистрантом по согласованию с преподавателем)" . На основе сбора отчетов российских и зарубежных исследовательских компаний, данных статистики и др. вторичной информации, необходимо выделить особенности текущего состояния рынка (структура, динамика развития, изменения потребительских предпочтений и т.д.) и зафиксировать ключевые, по данным вторичной информации, направления развития.

Структура отчета

Введение. Краткое описание современного состояния рынка.

Основная часть. Описание основных трендов развития с развернутой характеристикой последствий. Обязательно приводятся ссылки на информационные источники, которые были использованы в процессе выполнения заданий (отчеты исследовательских компаний, вторичные социологические данные, данные статистики и др.). Основная часть отчета должна содержать графические и табличные элементы, иллюстрирующие выводы.

Заключение. Содержит выводы по результатам проведенного анализа. В заключении также обязательно вводится блок рекомендаций и предложений (по согласованию с преподавателем магистрант выбирает субъект рынка, которого они формируются) по использованию полученной информации для корректировки стратегических и оперативных планов развития.

Ожидаемый (е) результат (ы): совершенствование навыков системного анализа информации; умение аргументировать и обосновывать позицию, логически верно и грамотно излагать материал, делать выводы и иллюстрировать их фактологическими данными; совершенствование навыков работы с вторичной информацией для разработки предложений и рекомендаций.

Индивидуальное задание. Разработка аналитической справки «Конкурентная стратегия компании». Магистрант выбирает предприятие, проводит анализ конкуренции на рынке, где действует предприятие, отбирает тип конкурентной стратегии, который необходимо использовать предприятию для обеспечения конкурентоспособности в среднесрочной перспективе. Результат оформляется в виде аналитической справки. Структура справки включает:

1. Вводная часть – название, кратная характеристика предприятия.
2. Составление списка ключевых конкурентов компании, профилизация каждого ключевого конкурента, анализ конкурентных стратегий конкурентов и их потенциальных возможностей (результат оформлен в виде таблицы)
3. Анализ состояния конкуренции с применением методики 5 сил конкуренции М. Портера.
4. Анализ сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз с применением одной из методик (SWOT, TOWS, SNW)
5. Выбор конкурентной стратегии предприятия для обеспечения конкурентоспособности в среднесрочной перспективе.

Магистрантом должно быть представлено развернутое обоснование выбранной стратегии.

Разработка карты стратегических групп отрасли. Магистрант самостоятельно выбирает отрасль и осуществляет ее анализ:

- 1) Определяет барьеры мобильности (то, что защищает одну группу от атак со стороны других).
- 2) Выявляет и описывает маргинальные группы.
- 3) Определяет направления стратегических изменений.

4) Составляет прогноз относительно реакций каждой из стратегических групп на изменения.

Построение матрицы конкуренции по методике М.Портера.

Магистрантам предлагается 2 ситуации для построения матрицы. Им необходимо построить матрицу и оценить 1) в % уровень конкуренции с действующими и потенциальными конкурентами и поставщиками; 2) вероятный уровень удовлетворенности спроса; 3) составить рекомендации для производителей отрасли.

Составление матрицы SPACE- анализа. На основе представленных преподавателем данных магистранту необходимо: 1) нарисовать матрицу SPACE- анализа (использована 6-бальная оценка). 2) Объясните, какой тип конкурентной стратегии необходимо выбрать компании в сложившихся условиях и почему.

Подготовка к круглому столу «WOW-проекты».

На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ различного типа российских и зарубежных публикаций, интернет-порталов, кейсов организаций, каждый магистрант формирует список наиболее удачных WOW- проектов, реализованных российскими и зарубежными компаниями; разрабатывает аргументацию своего выбора.

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающейся данной проблематикой, представители R&D отделом, разработчики start-up и т.д.), внутри группы магистрантов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию. Остальные магистранты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на перспективы развития WOW- проектов, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают тенденции.

Ожидаемый (е) результат (ы): умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, уметь грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Ситуационное задание. На основе теоретических требований к формулировке миссии (mission) организации магистранту необходимо проанализировать достоинства и недостатки миссий и стратегического видения (vision) предложенных преподавателем фирм. Как в них отражаются потребности целевых сегментов, интересы контактных аудиторий, способы удовлетворения потребностей. Результат оформляется в виде сводной таблицы.

Ожидаемый (е) результат (ы): умение работать с информацией, структурировать и формировать выводы и предложения.

Подготовка к дискуссии: "Развитие эмоциональной компетентности сотрудников: необходимость или управленческая мода?"

На основе литературы по поставленной проблеме, методик развития эмоциональной компетентности и анализа практики внедрения тренингов и программ развития эмоциональной компетентности в российских и зарубежных компаниях, магистрантам предлагается сформулировать и обосновать свою точку зрения по следующим вопросам:

-необходимо ли развивать эмоциональный интеллект для сотрудников российских организации; если да, то какие методы/упражнения целесообразно использовать; какие барьеры будут встречаться при внедрении программ.

Концепция дискуссии: сначала каждый участник дискуссии кратко презентует свои выводы; аргументирует свою позицию, подтверждает примерами, затем в ходе общего обсуждения, магистранты вырабатывают коллективную позицию.

Ожидаемый (е) результат (ы): умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение вести дискуссию, уметь грамотно ставить вопросы, давать оценку ответам коллег.

Практическое задание: провести анализ внутриорганизационного пространства конкретной организации. Затем на основе имеющихся в научно-практической литературе рекомендаций по формированию креативных пространств, сформировать комплекс рекомендаций для организации (при формировании рекомендаций необходимо учесть имеющиеся ресурсы, особенности организации рабочего процесса, возрастной и качественный состав работников). Результат оформляется в виде аналитической записки.

Практическое задание. «Ловушки» информации в конкурентной разведке

Проанализировав кейсы по организации конкурентной и деловой разведке, магистрант должен выделить сложности, с которыми может столкнуться при получении субъективной информации от людей, описывающих деятельность конкурента. Необходимо дополнить список наиболее часто встречаемых проблем и предложить способы их нивелирования (результат оформляется в виде письменного развернутого ответа):

- избирательность (мы видим лишь то, что способны понять, с чем сталкивались раньше, но, возможно, не видим важного);
- настрой на определенную информацию (мы открыты для той информации, на которую настроены);
- скрытность получения (подслушанная информация кажется более достоверной).

Ожидаемый (е) результат (ы): совершенствование навыков аналитической работы, структурирования информации, умение грамотно письменно излагать выводы и предложения.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Примерный список вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

1. Современные подходы к анализу рынков
2. Влияние факторов внешней среды на изменение форм и характера современной конкуренции. Конкуренция в платформенной экономике
3. Конкуренция как социально-обусловленный процесс
4. Роль кластеров в конкурентоспособности государств, регионов, отраслей и компаний
5. Эффективность и жизнеспособность современных организаций
6. Современные задачи стратегического лидерства
7. Сценарные методы и методы Deep future: особенности разработки и применения в деятельности современных организаций
8. Стратегически ориентированные исследования рынка: методика организации и проведения
9. Типы стратегического лидерства
10. Способы и инструменты развития лидерских качеств персонала
11. Направления и инструменты создания креативной среды организаций
12. Технологии диагностики и развития фьючерского мышления
13. Диагностика и развитие креативности персонала: возможности и ограничения в российских условиях

14. Эмоциональный интеллект: понятие, диагностика, способы развития в рамках современных организаций
15. Современные методики анализа конкуренции
16. Факторы формирования конкурентных стратегий
17. Социально-ориентированные стратегии ведения конкурентной борьбы: факторы выбора, принципы построения
18. Формирование видения (vision): базовая идеология (ключевые ценности и предназначение) и образ будущего
19. Технологии стратегического позиционирования
20. Парадигма открытых инноваций и ее практическое воплощение в деятельности современных организаций
21. WOW-проекты и Wow- идеи как стратегии, обеспечивающие лидерство компаний в современных условиях: достоинства и недостатки.
22. Способы и направления развития внутреннего предпринимательства в организациях
23. Способы формирования и направления использования банков и технологических платформ агрегации трендов для разработки и внедрения управленческих и технологических инноваций
24. Системы оценки и управления персональной эффективностью
25. Современные способы организации бенчмаркиговых исследований

Критерии оценки ответов на зачете:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, дает хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

Индикатор	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					Виды оценочных средств
	Оценка	2	3	4	5	
Индикатор ПК- 10.1. Обоснованно отбирает и использует методы разработки и принятия	Результаты обучения ЗНАТЬ: методы разработки и принятия организационно-	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, практические задания, рефераты, эссе

организационно-управленческих решений	управленческих решений					
	УМЕТЬ: применять методы разработки и принятия организационно-управленческих решений	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Дискуссия, разработка сценария, интерактивное задание
	УМЕТЬ: использовать современные методы сбора, анализа и интерпретации комплексной социальной информации для решения управленческих задач в области взаимодействия компании с целевыми аудиториями	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Разработка сценария, аналитическая справка, задания, интерактивное задание, рефераты, , аналитическая справка
Индикатор ПК 10.2 Оптимизирует, дорабатывает методы разработки и принятия организационно-управленческих решений в соответствии с поставленной задачей/ спецификой реализуемого проекта	УМЕТЬ: оптимизировать технологию принятия организационно-управленческих решений в области стратегического планирования	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Практические задания (для самостоятельной работы и для занятий), трендвотчинговая сессия

Индикатор ПК 12.1 Отбирает и реализует функциональные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии	ЗНАТЬ: основы разработки и реализации стратегии организации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, практические задания, рефераты, эссе
	УМЕТЬ: реализовывать отдельные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Круглый стол, разработка сценария
	УМЕТЬ: применять современные управленческие теории, модели исследования для формирования конкурентных стратегий деловых организаций	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Развернутая беседа, эссе, дискуссия; интерактивное упражнение, круглый стол, рефераты, аналитическая справка
Индикатор ПК 12.2 Оценивает последствия реализации тактических и стратегических управленческих решений для внутренней и внешней среды организации	УМЕТЬ: понимать и предвидеть возможности и риски стратегических управленческих решений для подразделения и/или организации в целом	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Разработка карты стратегических групп отрасли, SPACE-анализ, анализ конкуренции
	УМЕТЬ: использовать результаты анализа и интерпретации данных для разработки практических	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Практические задания, подготовка отчета, дискуссия, круглый стол

	рекомендаций и предложений по решению актуальных проблем управления с учетом характеристик субъектов (работников) и факторов внешней среды					
МСПК-3. Выявляет проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управляет сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной ответственности	ЗНАТЬ: методы диагностики внешней и внутренней среды организации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Практические задания, ситуационное задание рефераты, эссе
	УМЕТЬ: применять современные методы и технологии (трендвотчинг, дизайн-мышления и т.д.) для отбора/доработки управленческих и технических инноваций	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Трендвотчинговая сессия, дискуссия, разработка сценария
	УМЕТЬ: анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений и рекомендаций по совершенствованию стратегий	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Трендвотчинговая сессия, дискуссия, отчеты по тенденциям развития рынка, ситуационное задание, эссе

	современных деловых организаций					
--	---------------------------------	--	--	--	--	--

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

- Адизес И. Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. М.: Альпина Паблишер, 2012-2015
- Классика новой экономической социологии. Хрестоматия. Научные редакторы В. Радаев, Г. Юдин. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014.
- Нордстрем К., Й. Риддерстрале Бизнес в стиле фанк навсегда. Капитализм и удовольствие. - М.: МИФ, 2011
- Питерс Т. WoW- факторы. Как потрясти воображение людей. М. Эксмо, 2011
- Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. — М.: Альпина Паблишер, 2008.
- Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Диджитал, 2015
- Прахалад К.К., Рамасвами В. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями – М.: Олимп-Бизнес, 2006
- Пфеффер Д. Лидерство без вранья: Почему не стоит верить историям успеха- М.: Альпина Паблишер, 2018. - 256 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002576>
- Стратегия. Harvard Business Review. Под ред. Р. Морбон. – М. Альпина Паблишер, 2016. – 320 с.
- Томпсон А.А., мл., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2006.
- Флигстин Н. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века. – М.: Из-во ГУ-ВШЭ, 2013
- Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий. – М.: Поколение, 2007
- Чикментмихайи М. Креативность. Поток и психология открытий и изобретений. – М.: Карьера Пресс, 2017 – 528 с.

б) дополнительная литература:

- Адизес И. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует - 7-е изд. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 264 с.: ISBN 978-5-9614-5406-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/912757>
- Анализ рынков в современной экономической социологии. Составитель В. Радаев. 2-е изд. – М.: Из-во ГУ-ВШЭ, 2008
- Баркер Дж. Опережающее мышление. Как увидеть новый тренд раньше других. М.: Альпина Паблишер, 2014

- Болмэн Ли Дж., ДилТ.Е. Рефрейминг организаций: Компания как фабрика, семья, джунгли и храм. М., Альпина Паблишер, 2017
- Верганти Р. Инновации, направляемые дизайном. Как изменить правила конкуренции посредством радикальных смысловых М.: Дело, 2018
- Грановеттер М. Сила слабых связей //Экономическая социология, Т.10, № 4, 2009
- Друкер П.Ф Эффективный руководитель/Пер. с англ. М.:Пер. с англ. М.:Манна, Иванов и Фербер», 2012,2017, 2018. Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01007496635>
- Друкер Ф. Менеджмент Вызовы XXI века М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01007496629>
- Градосельская Г.В.. Бизнес-сети в России /Г.В. Градосельская; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом. Высшей школы экономики, 2014
- Квинт В. Л. Концепция стратегирования. —СПб: СЗИУ РАНХиГС, 2019, 2020. —Том I,II
- Конкурентная разведка. Под ред. Прескотта Д., Миллера С. – М.: Альпина - Бизнес Букс, 2004
- Коттер Дж. Впереди перемен. – М.: Олимп-Бизнес, 2016
- Кристенсен К., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост М.: Альпина Паблишер, 2015
- Куинн К. Позитивная организация. Освобождение от стереотипов, принуждения, консерватизма. М., Олимп-бизнес, 2017 режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/search#q=%D0%9A%D1%83%D0%B8%D0%BD%D0%BD%20%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>
- Куц С.П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006.
- Кэтмелл Э., Уоллис Э. Корпорация гениев. Как управлять командой творческих людей. М.: Альпина Паблишер, 2015
- Лахани К., М.Янсити Оцифруйся или умри. Как трансформировать компанию с помощью искусственного интеллекта и обойти конку. – М.:Бомбора, 2021.
- Бланшар К. Лидерство: к вершинам успеха / К. Бланшар; [пер. с англ. под ред.Т. Ю. Ковалевой]. - СПб.: Питер, 2011 режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004905020/
- Мицберг Г. Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру. М.: Эксмо, 2009.
- Пизано Г. Креативное созидание Системный подход к инновациям в крупных компаниях. – М.: Альпина Паблишер, 2020
- Питерс Томас Дж., Уотерман Р. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний М.: «Альпина Паблишер», 2014
- Пригожин А.И Дезорганизация: причины, виды, преодоление. СПб.: Ленанд, 2015. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/591724/6ec33c>
- Пэйн Р., Купер К. Эмоции и работа. Теории, исследования и методы применения. – Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008.
- Радаев В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России. - М.: Из-во ГУ-ВШЭ, 2011
- Радаев В.Социология рынков: к формированию нового научного направления. –М.: Из-во ГУ-ВШЭ, 2003

- Траут Дж. Дифференцируйся или умирай./ Пер. с англ. – СПб.: ПИТЕР, 2006. – 241 с.
- Уайт Х. Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии//Экономическая социология, Т.10, № 5, 2009
- Уцци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей//Экономическая социология, Т.8, № 3, 2007
- Фляйшер К., Бенсуссан Б. С. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2005
- Фостер Р., Каплан С. Созидательное разрушение. Почему компании, "построенные навечно", показывают не лучшие результаты и что надо сделать, чтобы поднять их эффективность. - М.: Альпина Паблишер, 2015
- Хрестоматия «Конкуренция и конкурентоспособность международных компаний». Составители Философова Т.Г., Фрадков П.М. – М: Изд-во ВШЭ, 2012
- Хэнд Д. Темные данные: Практическое руководство по принятию правильных решений в мире недостающих данных / Дэвид Хэнд ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2021. — 366 с.
- Big Data. Digital Marketing and Trendwatching dited by Agnieszka Dytman-Stasieńko& Agnieszka Węglińska. National Center for Research and Development, Wrocław 2018. – 171 p.
- Foresight in organizations: methods and tools by edt. P Van der Duin - NY, London: Routlege, 2016
- Tobias M. Scholz Big Data in Organizations and the Role of Human Resource Management: A Complex Systems Theory-Based Conceptualization Published by: Peter Lang AG, 2017. Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv9hj9z6>

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Интернет-ресурсы:

№	Web-адрес
1. ВЦИОМ	http://www.wciom.ru/
2. Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/
3. Институт сравнительных социальных исследований	http://cessi.ru/
4. Отчеты консалтинговой компании MCKinsey	http://www.mckinsey.com/
5. отчеты консалтинговой компании AC Nielsen	http://www.nielsen.com/
6. Edelman Trust Barometer	https://www.edelman.com/
7. Отчеты платформы по прогнозированию потребительских трендов Wg Sn	https://www.wgsn.com/ru/

8. Rafael Popper s Blog / Keeping track of my Foresight, Futures Studies and Innovation research, networking and knowledge transfer activites <https://rafaelpopper.wordpress.com/futures/>
9. Исследовательская компания Ipsos <https://www.ipsos.com/ru-ru>
10. Трендлеттер (отбор технологических трендов) <https://issek.hse.ru/trendletter/>
11. Trendwatching <http://trendwatching.com/>
12. PwC исследования <https://www.pwc.ru/ru/publications.html>

Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания

Русский.

10. Преподаватель

к.с.н., доцент Маркеева А.В.

11. Автор (авторы) программы.

Маркеева Анна Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова