

# КОРПОРАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

## 1. Цель освоения дисциплины

Углубленное изучение современных проблем и практики организации взаимодействия собственников капитала и менеджеров компании, а также создания эффективной системы защиты интересов различных субъектов корпоративного менеджмента (управления).

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Корпоративный менеджмент» относится к базовой части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Корпоративный менеджмент» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Выставочное дело», «Основы менеджмента», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Современная пресс-служба», «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью», «Технологии интеграции студентов в международную систему образования», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- основные принципы, функции и приемы менеджмента;
- принципы построения организационных структур и распределения функций управления;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- формы участия персонала в управлении;
- бизнес-этикет;
- способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена;
- принципами ведения переговоров;

### *уметь*

- использовать инструменты эффективного взаимодействия собственников и менеджеров корпорации;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникативных программ;
- создавать структуру внутренней документационной системы корпоративного управления;
- оценивать эффективность корпоративного управления в компании;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний;
- проектировать систему корпоративного управления в компании;

– разрабатывать направления повышения существующей системы корпоративного управления;

#### **владеть**

- традиционными технологиями профессиональной деятельности;
- внедрением корпоративных документов;
- проведением внутренних аналитических процедур по оценке эффективности работы корпоративных органов управления;
- современными технологиями профессиональной деятельности.

#### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 18 ч., СРС – 86 ч.),

распределение по семестрам – 5 курс, лето,

форма и место отчётности – зачёт (5 курс, лето).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Общая характеристика системы корпоративного управления.

Сущность корпоративного управления. Корпорация и ее основные признаки. Формирование корпоративных структур в России. Принципы корпоративного управления. Исторические посылки становления корпоративных отношений. Корпоративные отношения и их регулирование. Коллегиальные органы управления. Оценка корпоративного управления. Корпоративное право.

Формирование механизмов корпоративного менеджмента.

Характеристика основных моделей корпоративного управления. Механизм функционирования корпорации. Система менеджмента организации. Управление корпорацией на основе контрольных пакетов акций. Управленческие структуры, процессы и функции.

Особенности стратегического менеджмента в системе корпоративного управления.

Понятие и принципы разработки стратегии корпоративного управления. Миссия фирмы.

Сбалансированная система показателей качества управления. Стратегический анализ.

Разработка стратегии. Реализация стратегии. Привлечение инвестиций. Стоимость компании.

Корпоративные коммуникации.

Документационное обеспечение управления корпорацией. Корпоративные СМИ в системе корпоративного менеджмента. Организация информационного обеспечения управления корпорацией. Стоимость публичности корпорации.

Особенности корпоративных информационных систем.

Аналитические системы. Системы электронного документооборота (СЭД). Управление нормативно-справочной информацией (НСИ). Управление информационными потоками.

Моделирование, внедрение и эффективность корпоративных информационных систем.

Внутрикорпоративный менеджмент и мотивация персонала.

Система внутрикорпоративного управления. Внутрикорпоративные информационные потоки. Система мотивационного управления корпорации. Принципы, функции и задачи мотивационного менеджмента. Обучение и сертификация. Эффективное управление персоналом, подбор и адаптация. Оценка внутрикорпоративного управления. Роль внутрикорпоративного менеджмента и мотивации персонала в системе управления

корпорацией.

Маркетинговое управление в системе корпоративного менеджмента.

Концепции маркетинга. Анализ и планирование. Маркетинговые исследования в системе корпоративного управления. Реклама и PR. Маркетинг в Интернете. Технологии PR в системе корпоративного управления.

Проектное управление и консалтинг в системе корпоративного менеджмента.

Методология проектного управления. Процессы проектного управления. Организация проектного управления. Поддержка проектного управления. Постановка проектного управления. Место проектного управления в системе корпоративного менеджмента. Преимущества сотрудничества с консультантами. Управление рисками проекта. Маркетинг консалтинговых услуг. Консалтинг как элемент инфраструктуры профессиональной поддержки бизнеса.

Этика корпоративных отношений.

Корпоративная культура. Этика деловых отношений как основной аспект профессионального менеджмента. Корпоративные мероприятия в системе корпоративного менеджмента. Информационное обеспечение корпоративных мероприятий. Роль корпоративных СМИ в системе корпоративной этики. Внутрикorporативный этикет. Бизнес этикет. Основные правила этики корпоративных отношений.

Государственное регулирование деятельности корпоративных структур.

Влияние государства на эффективность функционирования корпоративных структур. Развитие конкуренции и антимонопольное регулирование. Государственная поддержка корпоративного бизнеса.

## **6. Разработчик**

Пундикова Татьяна Николаевна, ассистент кафедры социальной работы.