

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

1. Цель освоения дисциплины

Изучения дисциплины направлена на исследование стратегического распределения между организациями в таких формах как аутсорсинг, стратегические альянсы, франчайзин и государственно-частное партнерство.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегическое распределение между организациями» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Для освоения дисциплины «Стратегическое распределение между организациями» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Корпоративные финансы», «Современный стратегический анализ», «Стратегический дрейф», «Управленческая экономика», «Форсайт-менеджмент», «SWOT-анализ управления», «Инновационные стратегии», «Иностранный язык делового общения», «Корпоративное право», «Методология исследовательской деятельности», «Организация стратегического планирования», «Правовые основы управленческой деятельности», «Разработка корпоративных стратегий», «Реализация стратегии», «Современные проблемы менеджмента», «Стратегический анализ среды управления», «Стратегический контроль», «Стратегическое управление корпорацией», «Стратегическое управление человеческими ресурсами», «Управление инновациями», «Управление социально-экономическими системами», «Формирование маркетинговых стратегий», «Форсайт компетенций специалистов», «Школы стратегического менеджмента», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (организационно-управленческая)». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- понятие, цели, задачи стратегического распределения между организациями;
- аутсорсинг как форма стратегического распределения между организациями;
- стратегические альянсы как форма стратегического распределения между организациями;
- принципы и функциональные особенности объединения нескольких независимых предприятий для стратегического освоения проекта с использованием ресурсов участников объединения;
- фразирован как форма стратегического распределения между организациями;
- государственно-частное партнерство как форма стратегического распределения между организациями;

уметь

- характеризовать виды стратегического распределения между организациями;
- принципы ведения бизнеса, предполагающий передачу организацией своих ресурсов (финансовых, технико-технологических, кадровых и других);
- создавать стратегические альянсы как метод снижения рисков, объединение усилий, уменьшение затрат;
- применять механизмы партнерства крупной и известной компании с рядом небольших и малоизвестных рынку фирм (франчайзер (franchiser) — франчайзи (franchisee));
- создавать партнерство органов местного самоуправления и организаций для развития территории, увеличение рабочих мест, обустройстве муниципального образования;

владеть

- формами и функциями стратегического распределения между организациями;
- оценкой эффективности функций для достижения стратегических целей организации; процессом формирования и функционирования многочисленных субподрядчиков как форма стратегического распределения между организациями;
- распределяющей и объединяющей функцией в стратегическом альянсе как аккумуляция, передача опыта и знаний для совместного решения глобальных стратегических задач;
- методами правовых оснований на производственные, управленческие, маркетинговые технологии, ноу-хау и товарные знаки (договор о франчайзинге);
- технологией координации деятельности организаций на территории муниципального образования местного самоуправления в интересах развития местного сообщества.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т.ч. аудиторных часов – 14 ч., СРС – 54 ч.),

распределение по семестрам – 3 курс, зима,

форма и место отчётности – зачёт (3 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Понятие, цели, задачи, виды стратегического распределения между организациями.

Понятие, цели, задачи, виды стратегического распределения между организациями. Формы стратегического распределения между организациями. Стратегические функции стратегического распределения между организациями

Аутсорсинг как форма стратегического распределения между организациями..

Аутсорсинг как форма стратегического распределения между организациями. Принцип ведения бизнеса, предполагающий передачу организацией своих ресурсов (финансовых, технико-технологических, кадровых и других). Оценка эффективности функций для достижения стратегических целей организации. Процесс формирования и функционирования многочисленных субподрядчиков как форма стратегического распределения между организациями.

Стратегические альянсы как форма стратегического распределения между организациями..

Стратегические альянсы как форма стратегического распределения между организациями.

Принципы и функциональные особенности объединения нескольких независимых предприятий для стратегического освоения проекта с использованием ресурсов участников объединения. Стратегические альянсы как метод снижения рисков, объединение усилий, уменьшение затрат. Стратегические альянсы как аккумуляция и передача опыта и знаний для совместного решения глобальных стратегических задач.

Франчайзинг как форма стратегического распределения между организациями..

Франчайзинг как форма стратегического распределения между организациями. Механизмы партнерства крупной и известной компании с рядом небольших и малоизвестных рынку фирм (франчайзер (franchiser) — франчайзи (franchisee)). Правовое основание на производственные, управленческие, маркетинговые технологии, ноу-хау и товарные знаки (договор о франчайзинге).

Государственно-частное партнерство как форма стратегического распределения между организациями..

Государственно-частное партнерство как форма стратегического распределения между организациями. Партнерство органов местного самоуправления и организаций для развития территории, увеличение рабочих мест, обустройстве муниципального образования. Технология координации деятельности организаций на территории муниципального образования местного самоуправления в интересах развития местного сообщества.

6. Разработчик

Шохнех Анна Владимировна, доктор экономических наук, профессор кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».