

Методы исследования бизнеса для практики и научной работы в сфере стратегического управления

Гурков И.Б.

gurkov@list.ru

www.gurkov.ru

Введение

Курс ставит во главу угла интересы выпускников специализации «Стратегическое и корпоративное управление» факультета менеджмента ГУ-ВШЭ, которым предстоит либо занять должности штабных аналитиков компаний, либо поступить на работу в консультационные фирмы, либо посвятить себя академической карьере. Как показывает практика, данный выбор не является окончательным, и в ближайшие годы после выпуска происходит либо перемещение между профессиями, либо их совмещение в различных пропорциях. Соответственно, курс представляет собой развернутое «введение в специальность» аналитика в области стратегического управления.

Курс построен вокруг четырех основных тем:

- 1) Что представляет собой процесс разработки и реализации стратегий в российских фирмах?
- 2) Какие работы аналитического характера необходимы для поддержания эффективности данного процесса как в отдельной фирме, так и в целом в отрасли и/или в народном хозяйстве?
- 3) Как овладеть приемами работы, гарантирующими приемлемый уровень профессиональной пригодности? Особое внимание здесь будет уделяться не столько техническим приемам, сколько профессиональной этике, воспринимаемой как «свод правил выживания» в организации и профессиональном сообществе.
- 4) Как пройти «внутреннюю госприемку» специалиста в области стратегического и корпоративного управления, происходящую в форме

подготовки и защиты перед Государственной аттестационной комиссией магистерской диссертации?

Цели курса

Общей целью данного курса является подготовка студента магистратуры факультета менеджмента по специализации «Стратегическое и корпоративное управление» к деятельности в качестве корпоративного аналитика, консультанта либо академического исследователя. Достижению данной цели призвано освоение следующих типов умения и навыков:

- 1) ***навыки обработки значительного объема слабоструктуризированных данных и их превращение в информацию, пригодную для анализа и принятия решений.*** Освоению данных навыков призвана способствовать необходимость обработки больших объемов информации, а также специальные упражнения по использованию реальных аналитических материалов и их преобразованию в обзоры, краткие аналитические записки для руководства фирмы и т.п.;
- 2) ***умение разглядеть «за лесом» частных фактов и специфических данных общие закономерности стратегического развития.*** Это предполагает представление студентам полного спектра инструментов (аналитических работ), применяющихся при разработке стратегий коммерческих фирм;
- 3) ***умение синтезировать информацию из различных областей знания.*** Данный навык достигается путем повышения «энциклопедичности» материалов курса, введение в оборот работ и приемов анализа бизнеса из различных предметных областей (маркетинг, финансы, персонал) и различных наук (экономика, технология, социология, психология, экология, география).
- 4) ***умение к продуктивной работе в активной кооперации с коллегами.*** Освоение данного навыка достигается через коллективный разбор кейсов, обсуждение статей, изучение аналитических материалов;
- 5) ***умение аргументированно формулировать и отстаивать свою позицию перед подчиненными, коллегами и руководством.*** Освоение данного навыка достигается путем «конкурентной» презентации

результатов анализа в ходе внутригруппового обсуждения, а также в ходе отстаивания собственного (индивидуального или группового) видения проблемы на общей презентации в ходе семинаров;

- б) умение уступать и подчиняться.** Данный навык сложнее всего дается самолюбивым и претенциозным выпускникам престижных ВУЗов гуманитарной направленности. Тем не менее, в ходе работы на семинаре предполагается отработать данный навык путем достаточно жесткой критики индивидуальных и групповых презентаций со стороны коллег и ведущего (преподавателя), направленной на поиск альтернатив либо компромиссных решений.

Объем курса

Курс рассчитан на 62 часа основной аудиторной нагрузки и примерно 186 часов внеаудиторной (самостоятельной индивидуальной и групповой работы). Собственно аудиторные часы могут объединять в рамках одного занятия элементы лекций и семинаров. Таким образом, разделение аудиторных часов на лекции и семинары (соответственно, 38 и 24) является ориентировочным. Особенностью курса является приглашение для ведения отдельных семинаров «практиков» -- аналитиков крупных компаний, ведущих консультантов и признанных академических исследователей. Вариант распределения аудиторных часов по темам при объеме нагрузки в 62 часа представлен ниже. Сами темы являются общим обозначением направленности занятий: большинство тем объединяет от 2 до 6 занятий.

Тема	Аудиторные часы		Примерное количество часов для самостоятельной и групповой работы
	Лекции	Семинары	
Тема 1. Смысл научного исследования в области стратегического менеджмента	8	--	16
Тема 2. Стратегическая теория	8	12	60
Тема 3. Стратегический процесс в основных секторах и важнейших отраслях российской экономики	8	12	80
Тема 4. Технологии подготовки магистерской диссертации ГУ-ВШЭ и ее структура	14	--	30
Итого	38	24	186

Итоговая оценка = 20% -- индивидуальное участие в дискуссии на семинарах
50% -- участие в коллективных презентациях
30% -- итоговый индивидуальный экзамен.

Индивидуальное участие в семинарах

Поскольку курс базируется на обсуждении аналитических материалов и статей, каждый студент обязан активно участвовать в общей дискуссии. Это означает не только количество выступления, но и их качество. Качество, среди прочих вещей, включает:

- глубокий, строгий и убедительный анализ материала (выделение основных проблем),
- способность продуктивно использовать в анализе материал курса и собственный опыт,
- способность заострять и продвигать дискуссию, включая желание поддерживать рискованные либо непопулярные точки зрения, использование логики и данных в отстаивании своих аргументов;

- профессионализм Вашего поведения (посещаемость, пунктуальность, подготовленность, выказывание уважения всем коллегам и их взносу в общую работу).

При оценке индивидуального участия в семинарах, я буду стараться отмечать выступления, которые:

- дают продуктивное начало дискуссии;
- обостряют дискуссию введением концепций и инструментов анализа;
- используют результаты количественных методов анализа;
- помогают своевременной смене направления дискуссии;
- подводят итоги комментариев иных участников

и все это в конструктивной форме, избегая агрессивности.

Участие в коллективных презентациях

Помимо индивидуальной дискуссии, будут проводиться групповые презентации по результатам групповых заданий. Группы будут созданы в соответствии с предпочтениями студентов. Размер группы – не менее 2-х и не более 10-и человек. Задачами группы является:

- выполнение группового задания;
- создание письменной презентации результатов группового задания (не менее 10 и не более 30 слайдов);
- публичная защита результатов группового задания (20-45 минут).

Каждый участник группы получает единую для всех оценку. В случаях расхождения мнений среди участников группы, «диссиденты» могут представить альтернативную презентацию и обосновать ее на публичной защите (20-25 мин.), с обязательным указанием причин и сути расхождений во взглядах и мнениях.

Экзамен

Экзамен по курсу будет проходить в виде презентации и защиты детального плана магистерской диссертации, что включает:

- 1) обоснование выбора направлений исследований – структура поля предыдущих исследований, актуальность выбора тематики, перспективность использования работы над магистерской диссертацией в дальнейшей профессиональной деятельности;
- 2) обоснование вариантов формулировки темы магистерской диссертации;
- 3) прогноз использования методов предстоящего исследования;
- 4) смысл и содержание основных глав (параграфов) магистерской диссертации

Базовая литература по курсу (список в алфавитном порядке). Жирным выделена литература, имеющаяся в учебном абонементе ф-та менеджмента ГУ-ВШЭ, либо которая будет выдана для подготовки групповых презентаций:

Alreck, P., L., Settle R.B. *The survey research handbook* / – 3rd ed. p. cm. New York: 2004. – McGraw-Hill/Irwin series in marketing.

Andrews F.M. et al. *A Guide for Selecting Statistical Techniques for Analyzing Social Science Data*. 2nd Ed. Ann Arbor, MI: ISR, 1981.

Bradley, P. *The Advanced Internet Searcher's Handbook* . 3rd ed. Facet publishing, London, 2004.

De Wit B., Meyer R., *Strategy synthesis: Resolving strategy paradoxes to create competitive advantage*, London, International Thomson Business Press, 1999.

Girden E.R. *Evaluating Research Articles from Start to Finish*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996.

Hart, C. *Doing a Literature Review: Releasing the Social Science Research Imagination*. Sage, 1998.

Hibbert, M. *Using Surveys: a guide for managers*. Home Office Police Department, London, 1994.

Jenkins M., Ambrosini V., Collier N. *Advanced strategic management: A multi-perspective approach*, Second Ed., New York: Palgrave Macmillan, 2007.

Northedge, A. *The Good Study Guide*. Open University Press, 1990.

Silverman, D. *Doing qualitative research*. – Second edition. London: 2005, SAGE Publications.

Гурков И.Б. *Стратегия и структура корпорации*. 2-е изд., М., Дело, 2008.

Гурков И.Б. (сост.) *Методология научного исследования в управленческих и смежных дисциплинах*. М. ГУ-ВШЭ, 2000. - 456 с.

Основные электронные ресурсы для курса:

www.securities.com

www.gurkov.ru

Содержание тем

Тема 1. Смысл научного исследования в области менеджмента и бизнеса

Общие задачи научной деятельности в бизнесе и менеджменте. Смысл подготовки научного исследования. Критерии оценки качества исследования. Представление о валидности научного знания. Критерии полезности управленческой теории. Типы управленческих исследований. Феномены и процессы как объекты и предметы исследований. Планирование исследовательского проекта. Научные исследования и стратегическая деятельность – формы взаимосвязи. Синтез исследовательских методов в реальном проекте.

Основная литература

Eastbury-Smith, M., Thrope, R., Lowe, A. *Management Research: An Introduction*. Sage, London, 1991.

Blackie, N. *Approaches to Social Enquiry*. Polity Press, 1993.

Rose, G. *Framework (Chapter 2). Deciphering Sociological Research*. McMillan, London, 1982.

Тема 2. Стратегическая теория

Обзор перспектив развития стратегической теории. Обзор подходов к дихотомиям. Систематизация результатов теории стратегического управления и определение основных направлений ее дальнейшего развития в свете качественно новых условий конкуренции компаний. Анализ закономерности формирования, особенности методологии и логика эволюции стратегического управления как научной дисциплины.

Основная литература

Jenkins M., Ambrosini V., Collier N. *Advanced strategic management: A multi-perspective approach*, Second Edition, New York: Palgrave Macmillan, 2007.

De Wit B., Meyer R., *Strategy synthesis: Resolving strategy paradoxes to create competitive advantage*, International Thomson Business Press, 1999.

Практические работы:

- 1) Презентация одной из перспектив стратегического менеджмента.
- 2) Описание стратегических дилемм в инструментарии перспектив стратегического менеджмента

Тема 3. Стратегический процесс в основных секторах и важнейших отраслях российской экономики.

Место российского бизнеса в структуре мирового хозяйства. Основные хозяйственные уклады в российском бизнесе. Характерные черты поведения российских компаний всех укладов. Основные сектора российской экономики. Смысл стратегического процесса.

Основная литература

Всемирный банк. Доклад об экономике России. № 19. (<http://siteresources.worldbank.org/INTRUSSIANFEDERATION/Resources/305499-1245838520910/ter19-rus.pdf>)

Материалы www.securities.com

Практические работы:

Состояние и перспективы важнейших секторов народного хозяйства и особенности стратегического процесса – развернутая презентация и краткая (5 стр.) аналитическая записка для Гендиректора ОАО «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНВУСТОПР»

Тема 4. Технологии подготовки магистерской диссертации ГУ-ВШЭ и ее структура

Смысл подготовки магистерской диссертации. Допустимые виды магистерских диссертаций. Критерии оценки качества магистерской

диссертации ГУ-ВШЭ. Планирование исследовательского проекта. Типы исследовательской технологии – “action research”, включенное наблюдение, интервью и опросы, работа с вторичными данными; синтез исследовательских методов в реальном проекте.

Принятые взаимные обязательства студентов и преподавателей ГУ-ВШЭ. Алгоритм поиска, отбора и организации взаимодействия с научным руководителем. Стандарты оформления диссертационной работы и приемы подготовки и проведения презентации. Меню пост-диссертационного банкета.

Основная литература:

Northedge, A. The Good Study Guide. Open University Press, 1990.