

Российский менеджмент: проблемы теории, практики и образования

Факультет менеджмента ГУ-ВШЭ, Москва.
 4 апреля 2008 г.

4 апреля в рамках IX Международной научной конференции «Модернизация экономики и глобализация» состоялся семинар «Российский менеджмент: проблемы теории, практики и образования». Семинар был организован Факультетом менеджмента ГУ-ВШЭ и проводился по четырем основным направлениям: маркетинг (круглый стол «Проблемы исследований и преподавания в маркетинге» и секция «Современные ориентиры маркетингового управления»), стратегический менеджмент (секция «Актуальные проблемы менеджмента: опыт исследований и практика преподавания»), управление человеческими ресурсами (секция «Теория и практика образования в сфере управления человеческими ресурсами: междисциплинарный подход») и управление проектами (секция «Управление проектами как фактор повышения конкурентоспособности компании»).

Семинар был посвящён обсуждению проблем теории и практики менеджмента и обмену опытом в сфере менеджериального образования. В рамках семинара было анонсировано проведение ежегодной конференции ГУ-ВШЭ по проблемам менеджмента (предварительные сроки – ноябрь 2008) и началось формирование оргкомитета конференции из числа участников семинара. Основными задачами оргкомитета на данном этапе являются детальная проработка формата конференции, требований к докладам и согласование сроков проведения мероприятия.

Первым из череды мероприятий семинара стал круглый стол «Проблемы исследований и преподавания в маркетинге», организованный кафедрой маркетинга ГУ-ВШЭ. Работа семинара была открыта выступлением О. А. Третьяк и М. Ю. Шерешевой. В рамках круглого стола обсуждались самые насущные вопросы образования в сфере маркетинга: организация самостоятельной работы студентов, разработка учебных планов и программ курсов в магистратуре и перспективы перехода на модель образования 4+2 (бакалавриат + магистратура), а также формирование государственных стандартов. Участники ВУЗов, которые уже перешли на модель 4+2 поделились своим опытом: доклад В. И. Беляева (АлтГУ) «Самостоятельная работа студентов магистратуры: принципы и организация» - рассматривал опыт организации работы студентов и роли самостоятельной работы в подготовке магистра. В рамках выступления Ю. А. Мальцевой (УГТУ-УПИ) «Формирование личностных и профессиональных компетенций выпускника вуза» рассматривались результаты опроса работодателей по вопросам подготовки выпускников. По результатам проведенного исследования удалось выделить специальные, социальные и личностные компетенции, присущие эффективным работникам.

Наибольший интерес участников вызвал доклад «Развитие методик преподавания маркетинга», представленный Х. Е. Фаннинг (Штральзундский университет прикладных наук, Германия). В рамках доклада была освещена практика вовлечения студентов в проектную деятельность с участием представителей бизнеса в целях разработки инновационных продуктов. А также основные идеи и направления формирования стандартов образования третьего поколения в менеджменте.



Секция «Современные ориентиры маркетингового управления»



После открытия конференции и приветственной речи декана факультета менеджмента А.Г. Эфендиева на пленарном заседании работа семинара проходила по секциям.

В рамках секции «**Современные ориентиры маркетингового управления**» (ведущие: О. А. Третьяк, М. Ю. Шерешева) был представлен ряд докладов по результатам научных исследований, а так же по текущим и планируемым исследовательским проектам.

Значительный интерес участников вызвал доклад В. И. Черенкова (СПбГУ) «**О модернизации инструментария SWOT-анализа: учебно-методические и практические аспекты**». В рамках доклада была обоснована необходимость использования и предложены пути модернизации широко известной методики SWOT-анализа.

В рамках секции О. А. Третьяк и Н. И. Попов (ГУ-ВШЭ) анонсировали международный проект по исследованию межфирменных взаимодействий «**Исследование справедливости в межфирменных взаимоотношениях**». Кафедра маркетинга ГУ-ВШЭ уже принимает участие в обсуждении методологии исследования. Участники конференции из ВУЗов различных регионов России выразили желание присоединиться к проекту.

Тематика развития межфирменных сетевых взаимоотношений привлекает в настоящее время не только образовательные учреждения, но и различные консалтинговые компании. На секции был представлен доклад Т. С. Красниковой и В. Г. Марача (ЗАО «РОЭЛ Консалтинг») «**Формирование партнерских отношений между основными стейкхолдерами при разработке стратегий развития территорий: проблемы, подходы, перспективы**». В докладе были показаны особенности выстраивания взаимодействий между представителями местной администрации, крупного бизнеса и местного сообщества.



Создание сетевых партнерских отношений невозможно без привлечения потребителя в структуру сети и учет его интересов – это было раскрыто в докладе О. У. Юлдашевой (СПбГУЭФ) «**Построение корпоративной архитектуры на принципах маркетинга**» на примере создания для строительной компании корпоративной архитектуры на основе создания цепочки ценности для покупателя.

В рамках секции было также представлено количественное исследование сетевых взаимодействий социальных сетей. В докладе Г. В. Градосельской (ГУ-ВШЭ) «**Сетевые индикаторы и построение отраслевых межфирменных сетей**» были освещены способы поиска ключевых акторов в отраслевых сетях и методы расчёта показателя центральности деятельности в сети (значимость актора в сетевом взаимодействии), показаны возможности поиска в социальной сети истории взаимоотношений через данные о предыдущих местах работы и учебы.



Пример активного привлечения студентов к исследовательской работе рассматривался в докладе И. В. Зороастровой и Е. А. Заусайловой (НФ ГУ-ВШЭ) «**Мнение детей – выбор родителей**». Были показаны результаты исследования значимости выбора детей в принятии их родителями решения о покупке для трёх групп товаров, проведённого среди учащихся 10-11 классов и студентов ГУ-ВШЭ.

В докладе И.В. Котляревской и О.Ю.Яценко (УГТУ-УПИ) прозвучало предложение начать подготовку студентов еще со школы (в старших классах), проиллюстрированное примером практической реализации УГТУ-УПИ такого проекта.

В целом присутствующие проявили интерес к опыту формирования магистерских программ ГУ ВШЭ, а также высказались за дальнейшее сотрудничество по разработке магистерских программ и их содержательному совершенствованию.

О проекте Foundations of Fairness

«**Foundations of Fairness**» или «Основания справедливости межфирменных взаимоотношений» – это международный проект, объединяющий исследователей из более 20 стран мира. Его цель состоит в изучении места справедливости в межфирменных взаимоотношениях и её основных мотивов, в том числе, факторов культуры. Проект рассчитан на период с декабря 2007 г. по июль 2009 г. Инициатива и главная роль в этом проекте принадлежит Л. К. Шир, профессору Университета Миссури (США).

Кафедра маркетинга Высшей Школы Экономики принимает участие в данном проекте как основной партнёр по России, в задачи которого входит организация взаимодействия участников из нескольких российских регионов, разработка схемы реализации российской части проекта, адаптация инструментов исследования, опрос руководителей компаний в Москве и Московской области. В проекте участвуют молодые преподаватели кафедры маркетинга, аспиранты и студенты ГУ-ВШЭ.