

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 проблем 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, представленной в виде кейсов и, особенно, дополнительной литературы, 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 предлагаемых решений со стороны коллег и ведущего (преподавателя), направленной на поиск альтернатив либо компромиссных решений.

Объем курса

Курс рассчитан на 84. часов 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, 52 и 32) 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 84 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. Основные черты российского бизнеса	6	4	36
Тема 2. Основные элементы стратегического процесса	4	2	32
Тема 3. Профессиональная этика практической и научной деятельности в сфере стратегического управления	4	--	12
Тема 4. Организация и обеспечение аналитической работы в компаниях	4	4	12
Тема 5. Организация и обеспечение консультационной деятельности в сфере стратегии	4	2	12
Тема 6. Смысл научных исследований стратегического процесса.	6	4	12
Тема 7. Ознакомление с источниками научного знания в сфере стратегического управления	8	8	36
Тема 8. Технологии подготовки магистерской диссертации ГУ-ВШЭ	8	8	36
Итого	52	32	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 кейсов, 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 3 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):

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, London, Thompson Publishing, 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.
- Northedge, A. The Good Study Guide. Open University Press, 1990.
- Silverman, D. Doing qualitative research. – Second edition. London: 2005, SAGE Publications.
- Грант Р. Современный стратегический анализ. Спб., Питер, 2008.
- Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации. 2-е изд., М., Дело, 2008.
- Дженстер П., Д.Хасси Анализ сильных и слабых сторон компании М., Вильямс, 2003
- Минцберг, Г. Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс. СПб: Питер, 2001.
- Хан Г. Планирование и контроль. 2-е изд. М., Финансы и статистика, 2005

Содержание тем

Тема 1. Основные черты российского бизнеса

Место российского бизнеса в структуре мирового хозяйства. Основные хозяйственные уклады в российском бизнесе. Характерные черты поведения российских компаний всех укладов.

Основная литература

- Всемирный банк. Доклад об экономике России. № 16. Июнь 2008.
- OECD Investment Policy Review. Russian Federation. 2008.
- BBN. The Russian Venture of UK Brewer, Scottish and Newcastle. UCFAI, 2006

Тема 2. Основные элементы стратегического процесса

Смысл стратегической деятельности. Основные элементы стратегического процесса. Параметры элементов стратегического процесса. Роль аналитической работы в стратегическом менеджменте – варианты и подходы.

Основная литература

Furrer, O., Thomas, H. and Goussevskaia A. The structure and evolution of the strategic management field: A content analysis of 26 years of strategic management research. *International Journal of Management Reviews* Volume 10, Issue 1, pp. 1–23.

Hutzschenreuter, T., Kleindienst, I. Strategy-Process Research: What Have We Learned and What Is Still to Be Explored. *Journal of Management*, Vol. 32 No. 5, October 2006, pp. 673-720.

Гурков И.Б. Стратегический процесс российских компаний. *Экономическая наука современной России (в печати)*.

Rivkin, J. How Can a Strategic Analysis be the Part of a Firm's Strategy. *Harvard Business School Product # 9-706-431*, Revised February 27, 2006.

Тема 3. Профессиональная этика практической и научной деятельности в сфере стратегического управления

Профессиональная этика как свод правил выживания. Основные роли аналитиков – корпоративный специалист, консультант, академический исследователь. Общее и особенное в системах поведения корпоративных специалистов, консультантов и академических исследователей.

Основная литература:

The Academy of Management Code of Ethical Conduct / *Academy of Management Journal*, 1992, Vol.35, No. 5, p. 1335-1142.

Raelin, J. The Action Dimension in Management: Diverse Approaches to Research, Teaching and Development. / *Management Learning*, Vol. 30 No. 2, p. 113-248.

Материалы для практических заданий

Wicks, A. A Note on Ethical Decision-Making. Product UVA-E-0242, Durden Business Publishing, 2003

Тема 4. Организация и обеспечение аналитической работы в компаниях

Задачи планирования текущей деятельности. Задачи аналитической поддержки инновационного проектирования. Объединение задач в реальном стратегическом процессе. Система информационного обеспечения аналитической работы. «Обучение действием» в работе аналитика. Методы корпоративной аналитики. Источники освоения и способы развития аналитических технологий.

Основная литература

Ambrosini, V. Et al. (Eds.) *Exploring Techniques for Analysis and Evaluation in Strategic Management*, Prentice Hall Europe, 1998.

Грант Р. *Современный стратегический анализ*. Спб., Питер, 2008.

Гурков И.Б. *Инновации на обычном российском предприятии*. В кн. Коссов В.В. *Инновационный менеджмент* (в печати)

Gomez, P. *Integrated Value Management*. ИТР, 1999, pp. 13-69

Дженстер П., Хасси Д. *Анализ сильных и слабых сторон компании*. М., Вильямс, 2003

Практика обучения действием. Под ред. М.Педлера. М., Гардарика, 2000

Хан Г. *Планирование и контроль*. 2-е изд. М., Финансы и статистика, 2005

Материалы для практических заданий

Denton, G., White, B. *Implementing a balanced-scorecard approach to managing hotel operations / Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Ithaca, 2000, Vol. 41, Issue 1, p. 1-18.

Blojehhof, M. with Haspelslagh, P. and Slagmulder, R. *Strategy and Performance Management at DSM*. Case 304-067-1, INSEAD, 2004.

Тема 5. Организация и обеспечение стратегического консультирования

Виды стратегического консультирования – персональный коунселинг, экспертное и процессное консультирование компаний, деловая публицистика. Технологии и информационное обеспечение консультационных работ.

Основная литература

INNOREGIO: Dissemination of innovation and knowledge management techniques:

- Business intelligence
- Project management
- Technology audit
- Technology evaluation
- Creativity
- Benchmarking
- New product development
- Value analysis and value engineering
- Supply chain management
- R&D financing

Материалы для практических заданий

Remmers, D. AEGON versus AXA. Product 101-015-1, INSEAD, 2002.

Тема 6. Смысл научных исследований стратегического процесса

Общие задачи научной деятельности в бизнесе и менеджменте. ABCDE – модель и “Grounded Theory” Представление о валидности научного знания. Критерии полезности управленческой теории. Типы управленческих исследований Феномены и процессы как объекты и предметы исследований. «Опорная карта» теорий применительно к стратегическому процессу. Научные исследования и стратегическая деятельность – формы взаимосвязи.

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.

Дополнительная литература:

Edmonson, A., McManus, S. A Note of Methodological Fit in Management Field Research. Harvard Business School, Product # 9-604-072, Revised: February 18, 2005.

Материалы для практических заданий

Российская промышленность на перепутье. Под ред. Е.Г.Ясина. М., ГУ-ВШЭ, 2007.

Тема 7. Ознакомление с источниками научного знания в сфере стратегического управления

Структура и приемы поиска источников научной информации. Виды источников научной информации в сфере стратегического управления. Способы работы с различными типами источников. Составление литературных обзоров. Определение общей «ширины исследовательского поля», доминирующих и «партизанских» подходов к отдельным проблемам. Отбор собственной теоретической позиции.

Основная литература:

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

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

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

De Wit, B., Meyer R. Strategy Synthesis, London, Thompson Publishing, 1999.

Тема 8. Технологии подготовки магистерской диссертации ГУ-ВШЭ

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:

- Andrews F.M. et al. A Guide for Selecting Statistical Techniques for Analyzing Social Science Data. 2nd Ed. Ann Arbor, MI: ISR, 1981.
- Northedge, A. The Good Study Guide. Open University Press, 1990.
- Using Surveys: a guide for managers / Malcolm Hibberd. Home Office Police Department, London, 1994.