

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.07.02 Инновационные бизнес-модели / Innovative Business-Models

Автор: PhD, старший преподаватель кафедры Менеджмента ИБДА Т.М. Атнашев

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 менеджмент, Международный менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Инновационные бизнес-модели» является развитие способности оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия (ПК ОС-12), а также приобретение магистрантами знаний общих принципов «стратегии голубого океана», анализ кейсов успешных бизнесов, освоение практических инструментов для разработки стратегии и проведения экономического и стратегического анализа поведения агентов в международной бизнес-среде.

Результаты освоения дисциплины:

на уровне знаний

- знание основных инструментов стратегического анализа в рамках подхода «стратегия голубого океана»: стратегическая канва, инновация ценности, 4 действия, карта потенциальных клиентов, 6 путей.
- знание конкретных кейсов нескольких российских и международных компаний, осуществивших существенную трансформацию бизнес-модели.

на уровне умений

- способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и соответствующих организационных изменений.

на уровне навыков

- владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде с учетом технологических и социально-экономических изменений.

План курса:

Тема 1 Инновации в бизнес-модели, предпринимательство и стратегия

Тема 2 Анализ привлекательности сегментов отрасли голубого океана

Тема 3 Разработка и выбор целевой бизнес-модели. Планирование реализации стратегии.

Тема 4 Анализ реальных кейсов и разработка предложений.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля – диспут, опрос, кейс, презентация.

Зачет проводится в форме очной индивидуальной презентации.

Основная литература:

1. У. Чан Ким и Рене Моборн, «Стратегия Голубого Океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков» 10-е издание, исправленное и дополненное. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2020 г.
2. Kim, W. C.; Mauborgne, R. «How Strategy Shapes Structure», Harvard Business Review

