



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Программа дисциплины «Стратегический менеджмент в финансовых организациях»
дополнительной профессиональной программы
для получения дополнительной квалификации
«Мастер делового администрирования - Master of Business Administration (МВА)»,
специализация «МВА - финансы и банки», «МВА - управление инвестициями»

«Стратегический менеджмент в финансовых организациях»

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент в финансовых организациях» являются формирование у слушателей системного представления о принципах стратегического планирования, его взаимосвязи с финансовым планированием и мотивацией персонала, о методах контроля реализации стратегических планов, об учете особенностей внутренней среды и рынков деятельности организации в системе стратегического менеджмента.

Исходя из обозначенных целей, в процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- приобретение необходимых базовых теоретических знаний по основам стратегического планирования (циклы, цели, методы);
- ознакомление с принципами трансляции стратегических планов в финансовые планы и систему мотивации персонала;
- ознакомление с принципами учета внутренней и внешней среды в процессе составления стратегических планов;
- ознакомление с принципами составления сбалансированной системы показателей (*balanced scorecard*) и ее роли в контроле реализации стратегических планов;
- ознакомление с принципами и условиями выбора стратегий развития организации (специализация vs универсализм; органический рост vs слияния и поглощения)
- ознакомление с принципами интеграции дочерних бизнесов (*post-merger integration*).

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

- Знать основные принципы и задачи стратегического планирования;
- Понимать принципы взаимосвязи стратегического и финансового плана
- Уметь самостоятельно разрабатывать сбалансированную систему показателей и систему мотивации персонала
- Представлять циклы стратегического планирования и понимать, как изменения во внешней среде должны учитываться при корректировке стратегических планов
- Иметь представление о принципах выбора путей стратегического развития организации в зависимости от конечных целей акционеров.

В курсе при работе со слушателями активно используются активные и интерактивные формы проведения занятий – деловые и ролевые игры, разбор практических задач и кейсов, симуляции проблемных ситуаций в финансовых организациях и разбор способов решений возникших задач с обсуждением в аудитории.

Базовый учебник:

1. А. Алавердов. Стратегический менеджмент в коммерческом банке. Маркет ДС. М.: 2007.
2. Е. Исаева. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях. М.: КноРус, 2010.

Основная литература:

1. Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. Стратегический процесс. Концепции, проблемы, решения. М.: Равновесие, 2001.
2. Л. Фаэй, Р. Рэнделл. Курс МВА по стратегическому менеджменту. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
3. А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд III. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. М.: Вильямс, 2007.
4. М. Портер. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

5. М. Портер. Конкуренция. М.: Вильямс, 2006.
6. М. Линдгрэн, Х. Бандхольд. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией. М.: Олимп-Бизнес, 2009.
7. Р. Каплан, Д. Нортон. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2006.
8. Р. Каплан, Д. Нортон. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: Олимп-Бизнес, 2007.

Дополнительная литература:

1. М. Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. К. Штерн, Д. Сток. Стратегии, которые работают. Подход VCG. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007.
3. М. Ковени, Д. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг. Стратегический разрыв. Технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
4. С. Финкельштейн. Ошибки топ-менеджеров ведущих корпораций. Анализ и практические выводы. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Д. Кревенс. Стратегический маркетинг. М.: Вильямс, 2008.
6. Рингланд Д. Сценарное планирование для разработки бизнес-стратегий. М.: Вильямс, 2007.
7. Р. Каплан, Д. Нортон. Организация, ориентирующаяся на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. М.: Олимп-Бизнес, 2009.
8. Серия Harvard Business Review. Управление изменениями. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
9. Серия Harvard Business Review. Передовые подходы к стратегии бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
10. Bourguignon Annick, Malleret Véronique, and Nørreklit Hanne. Balanced scorecard versus French tableau de bord: beyond dispute, a cultural and ideological perspective. Mars 2001.
11. Courtney Hugh G., Kirkland Jane, and Viguier S. Patrick. Strategy under uncertainty. McKinsey & Company. September 2000.
12. Donaldson Gordon. Financial Goals and Strategic Consequences. Harvard Business Review. May 1985.
13. Kaplan Robert, Norton David. Creating the Office of Strategy Management. Harvard Business School, 2005.