

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
НАО «Южно-Казахстанский университет им.М.Ауэзова»



«Утверждаю»
Проректор по учебной и УМР
ЮКУ им.М.Ауэзова
Р.Абишева
2021г.

ПРОГРАММА
курса «Эффективная трансформация системы образования и науки»

Трудоемкость – 72 часа

Составитель: Ачилов Нурбек Тахирович – вр. и.о. Директора Офиса Трансформации.

Программа рекомендована ДАВ
(протокол № д от « 13 » 01 2021г.)
Секретарь А.А. Р.Арынбаева

Программа одобрена и рекомендована на заседании УМС ЮКУ им. М. Ауэзова

(протокол № 4 от « 29 » 01 2021г.)

Руководитель  Г.З.Турбекова

1. Пояснительная записка

Данный курс является базовой программой обучения сотрудников и ППС университета для эффективной реализации трансформации в период кардинальных изменений в глобальной среде. Курс направлен на совершенствование и получение новых навыков и практических знаний в различных направлениях управления в системе образования и науки.

1. Управление проектами и бизнес-планированием сформирует у слушателей ясной и четкой модели в управлении проектом на основе современного международного стандарта PMI® PMBOK®, готовую для практического применения в реальной работе. Системное представление информации и знания по проектному управлению, необходимую для ежедневной работы руководителя проекта и членов команды проекта. Создание необходимой основы концепций, навыков и единый словарь по управлению проектами для дальнейшего профессионального развития.

2. Управление персоналом и командами, это изучение основных лидерских навыков, в том числе научить вдохновение и мотивирование людей, управление талантами, влияние без полномочий и руководство командами. На каждом этапе у слушателей будет возможность применить новые лидерские навыки, выполнив ряд практических лидерских заданий.

3. Управление маркетинговыми коммуникациями, направлен на предоставление слушателями всестороннее понимание основ стратегий, инструментов и концепций из различных маркетинговых и бизнес-дисциплин, необходимых для разработки и реализации различных коммуникационных подходов и кампаний в международном масштабе. Программа повышения знаний также сосредоточена на практических элементах, которые дадут слушателям возможность применить свои знания, исследования и представить материалы курса.

4. Управление цифровыми технологиями и бизнес-метриками, направлено на формирование ясной и четкой модели управления цифровыми технологиями и метриками для определения эффективности и системно представить информацию и знания по управлению цифровыми технологиями, создание необходимой основы концепций, навыков и единый словарь по управлению цифровыми технологиями для дальнейшего профессионального развития.

Цели тренинга: Подготовка аудитории для реализации стратегических программ университета, включая по трансформации вуза из университета 1.0 в университет 4.0. Сформирование концептуальных и практических навыков для постоянного совершенствования системы управления. Создание необходимую благоприятную среду для совместной реализации новых идей и проектов в университете.

2.Содержание курса

1.Модуль. Управление проектами и бизнес-планированием.

Базовые понятия управления проектами. Что такое проект и управление проектом в университете. Что такое бизнес-план и чем он отличается от проекта? Отличие проектной деятельности от операционной. Определение успеха проекта, примеры успешных проектов. Организационное окружение проекта. Шесть основных типов организационных структур и их влияние на управление проектами Управление проектами в различных структурах. Полномочия менеджера и команды проекта в различных организационных структурах. Стандарты в управлении проектами Различные страновые стандарты управления проектами Связь стандартов и методологии управления проектами. Стандарт PMI PMBOK ® Guide Стандарт, содержание. Процессный подход как основа проектного управления. Основные действующие лица и взаимодействие между ними. Жизненные циклы и фазы проекта. Группы процессов и области знаний PMI® PMBOK® Guide. Группы процессов управления проектами. Их взаимодействие в рамках фазы/проекта. Области знаний и группы процессов управления проектами. Выбор учебных проектов для практической отработки теории. Области знаний управления проектами в университете. Управление интеграцией проекта Работа в группах. Разработка Устава проекта для учебного проекта. Презентация устава. Управление содержанием проекта Работа в группах. Презентация Иерархической Структуры Работ. Управление расписанием проекта Упражнение. Задача на расчет диаграммы сети проекта Работа в группах. Разработка сетевой диаграммы учебных проектов. Презентация сетевой диаграммы. Управление стоимостью проекта. Упражнение на определение освоенного объема. Самостоятельная работа на дом: расчет бюджета проекта Управление рисками проекта. Работа в группах. Идентификация рисков на примере учебного проекта. Заполнение матрицы рисков (качественный анализ рисков). Заполнение реестра рисков по шаблону для учебного проекта. Презентация материалов. Управление качеством проекта. Работа в группах. Составление диаграммы. Исикавы для учебного проекта. Презентация диаграммы Исикавы. Управление заинтересованными сторонами проекта Работа в группах. Идентификация и оценка ожиданий заинтересованных сторон учебного проекта. Самостоятельная работа на дом. Управление коммуникациями проекта. Работа в группах. Заполнение матрицы анализа требований к коммуникациям. Управление ресурсами проекта. План закупа ресурсов. Управление закупками проекта. План закупа. Презентация окончательного проекта. Бизнес план. Основные понятия. Для чего нужен бизнес-план факультета или деканата? Новые продукты и услуги факультета и деканата? Основные разделы бизнес-плана. Анализ рынка. Концепция. Цели и задачи. Подразделение университета. Продукты и услуги подразделения. Ценообразование и политика. Конкуренты. Маркетинговый план. Финансовый . Технический и операционный план.

2 Модуль. Управление персоналом и командами (на основе программы обучения Мичиганского университета).

Лидерство. Как стать лидером своей команды. Модель для создания и передачи вашего видения. Контрольный список для создания и передачи вашего видения. Важность невербальных слов в выражении вашего видения. Установка эффективных целей и ожиданий. Постановка целей и производительность SMART цели. Создание целей, стимулирующих мотивацию. Опишите потенциальные риски этой цели и то, как вы планируете их снизить. Оценка человеческих нужд и драйверов, улучшения показателей в различных командах. Факторы производительности на работе. Человеческие потребности и трудовая мотивация. Ловушки мотивации. Согласование вознаграждений и поведения. Использование вознаграждений и отзывов для стимулирования поведения. Оценка эффективности. Эффективная обратная связь. Презентация системы мотивации. Управление талантами. Конвейер талантов. Составление сходства. Нужный человек в нужном месте. Адаптация в команду. Управление показателями оценки и обратной связи. Развитие и коучинг сотрудников. Развитие людей приводит к результатам. Модель ACS: оценка (assessment). Модель ACS: вызов (challenge). Модель ACS: поддержка (support). Создание и построение надежного конвейера талантов. Таланты для лидерства. Создайте свой фундамент влияния. Сила влияния: преимущества и затраты. Управление оценкой производительности и обратной связью. Развитие качественных отношений для усиления влияния и власти. Связи и влияние. Влияние и зависимость. Построение репутации. Построение отношений для влияния. Защитите себя от нежелательного влияния. Защита себя: влияние против манипуляции. Создание команды для достижения совершенства.

3 Модуль. Управление маркетинговыми коммуникациями.

Понятия и сущность маркетинговых коммуникаций. Определение маркетинговых коммуникаций. Характер информации. Модель обработки информации о потребителях. Базовая модель коммуникационного процесса. Структура для анализа процесса маркетинговых коммуникаций. Язык и концепция - как элементы коммуникации. Знак и символ - составляющие коммуникации. Языковые и маркетинговые коммуникации. Иерархия коммуникационных эффектов. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Диадическое общение. Массовая коммуникация. Устное общение. Групповые коммуникации. Групповая коммуникационная и маркетинговая стратегия. Роль связей с общественностью в маркетинговых коммуникациях. Функции связей с общественностью в маркетинге. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМС). Потребительское поведение и процессы. Задачи коммуникационной стратегии. Коммуникационная стратегия, ориентированная на потребителя. Процесс распространения. Типы источников связи. Факторы, влияющие на усыновление. Группа предрасположенных факторов. Категории адоптеров. Процесс принятия решения о покупке. Иерархия потребностей. Хочет покупать мотивы. Я-

концепция восприятия установок. Изучение когнитивного диссонанса. Культурные элементы в общении. Социальное влияние на продвижение. Наследственное семейное положение. Референтные группы. Значение ролей в продвижении. Образ жизни. Маркетинговая коммуникация - значение и ее процесс. Содержание маркетинговых коммуникаций. Каналы и технологии маркетинговых коммуникаций. Концепция рекламы. Сильные и слабые стороны рекламы. Инвестиции в бренд. Оценка рекламируемого продукта. Существенные факторы при подготовке печатной рекламы. Радио- и телепродукция. Копировать стили. Продвижение и реклама. Определение стимулирования сбыта. Коммуникация в социальных сетях. Социальные сети и общение с клиентами. Новая роль клиента. Экосистема социального бизнеса. Социальные технологии и бизнес-решения. Социальная аналитика, метрики и измерения. Взаимодействие в социальных сетях. Социальная CRM. Социальные объекты. Социальный график. Связи с общественностью и коммуникация. Определения связей с общественностью. Коммуникационные риски и конфликты. Определение коммуникационных рисков и конфликтов. Вопросы обслуживания клиентов. Идентификация рисков и конфликтов. Примеры рискованных и конфликтных ситуаций. Оценка конфиденциальной и безопасной коммуникации. Презентация коротких выступлений. Переговоры и встречи. Глобальные маркетинговые коммуникации

4 Модуль. Управление цифровыми технологиями и бизнес-метриками. Что такое цифровые технологии? Отличие цифровой деятельности от традиционной. Цифровой университет, в чем преимущества? Инфокоммуникационные технологии? Как работают технологии? Управление информацией для принятия решений. Специалисты ИКТ. Большие данные. Что такое большие данные? Как работает система по управлению большими данными в университете? Преимущества системы работы по управлению данными. Почему система не работает?. Искусственный интеллект. Где применяется искусственный интеллект? Преимущества и недостатки систем с применением искусственного интеллекта. Что такое дата центр? Как работает дата центр? Выбор учебных проектов для практической отработки теории. Управление бизнес метриками. Что такое бизнес-метрика? Различие метрик доходности, прибыльности и рисков. Традиционные и динамические метрики. Специалисты с фокусом на данные. Университет с системой больших данных. Требования для специалистов с фокусом на большие данные. Исследователь и Инженер ПО. Какие специалисты необходимы для эффективной работы? Традиционные и цифровые команды. Цифровые платформы. Индикаторы работы в цифровой среде. Контроль времени и работы сотрудников и ППС. Контроль эффективности сотрудников и ППС. Гибкие системы. доверие и результат. Традиционные компании. Консалтинговые компании. Компании по разработке ПО. Компании по производству ЭВМ. Цифровые компании. Метрики веб-маркетинга. Google Analytics Yandex Analytics. Рейтинг сайтов метрика Adwords. Веб-маркетинг – сегментация. Финансы – управление деньгами. Метрики финансов –

управление деньгами и инвестирование 4 типа менеджеров по управлению деньгами. Объекты и активы. Роялти и патенты. Недвижимость и коммерция. Венчурные и долевые инвесторы. Инновационное управление больших университетов. Социально-технологическая система университета. Конкурентоспособность. Глобальный подход. Мобильность. Цифровизация планирования деятельности университета. Политика, технологии и кадры. Ресурсы. Устойчивое развитие университета. Финансы, инвестиции, гибкость и устойчивость. Прозрачность и открытость. Инвесторы и стейкхолдеры.

3. Примерный перечень лабораторных занятий.

4. Примерный перечень практических занятий.

1. Разработка Устава проекта для учебного проекта.
1. Разработка сетевой диаграммы учебных проектов.
2. Составление диаграммы Исикавы.
3. Идентификация и оценка ожиданий заинтересованных сторон учебного проекта.
4. Заполнение матрицы анализа требований к коммуникациям.
5. Создание целей, стимулирующих мотивацию.
6. Эффективная обратная связь.
7. Инструменты влияния.
8. Примеры деятельности по маркетинговым коммуникациям.
9. Упражнение на бизнес-кейс по маркетинговым коммуникациям.
10. Оценка навыков письма, разговорной речи, вербального и невербального общения.
11. Составить план и бюджет маркетинговых коммуникаций.
12. Подготовить коммерческое предложение.
13. Написать пресс-релиз.
14. Разработка рекламного текста.
15. Дизайн речевого текста.
16. Типы маркетинговых коммуникаций.
17. Подготовка пресс-релиза.
18. Видео рекламы.
19. Оценка конфиденциальной и безопасной коммуникации. Презентация коротких выступлений.
20. Цифровые технологий и бизнес метрик в университете.

5. Рекомендуемая литература