


Министерство образования Республики Беларусь
Учебно-методическое объединение по экономическому образованию

Утверждаю

Первый заместитель Министра
образования Республики Беларусь


_____ В.А. Богущ

08.09.2015

Регистрационный № ТД- Е.615/тип.

**БИЗНЕС-ОФИС ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ) И ИНТЕРНЕТ-
МАРКЕТИНГ**

Типовая учебная программа по учебной дисциплине для
специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика»

СОГЛАСОВАНО

Директор учреждения «Главный
информационно-аналитический центр
Министерства образования Республики
Беларусь»

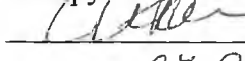

_____ Н.И. Листопад
08.09.2015

Председатель Учебно-методического
объединения по экономическому
образованию



_____ В.Н. Шимов
08.09.2015

СОГЛАСОВАНО

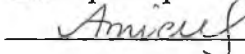
Начальник Управления высшего
образования
Министерства образования Республики
Беларусь


_____ С.И. Романюк
08.09.2015

Проректор по научно-методической работе
Государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей
школы»


_____ И.В. Титович
13.08.2015

Эксперт-нормоконтролер


_____ А.А. Денисов
13.07.2015

Минск
2015

Информация об изменениях размещается на сайте:
<http://www.minedu.by>

Бизнес-план организации (структура) и маркетинг - лекция

1-25-0112

СОСТАВИТЕЛИ:

Гулин В.Н., доцент кафедры экономической информатики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Синявская О.А., доцент кафедры экономической информатики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Сосновский О.А., доцент кафедры экономической информатики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра экономической информатики Учреждения образования «Белорусский государственный аграрно-технический университет» (протокол № 10 от 16. 04 2014 года) Сапун О.Л., заведующая кафедрой, кандидат педагогических наук, доцент.

Алексеев В.Ф., доцент кафедры проектирования информационно-компьютерных систем Учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат технических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой экономической информатики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 28. 03 2014);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 18. 06. 2014);

Научно-методическим советом по экономической информатике Учебно-методического объединения по экономическому образованию (протокол № 1 от 22, 12. 2014)

Ответственный за редакцию: Синявская О.А.

Ответственный за выпуск: Синявская О.А.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Успешная маркетинговая деятельность, исследование рынков сбыта, конкурентной среды, товарного ассортимента во многом зависит от правильного использования организацией (предприятием) информационных технологий маркетинга, а также Интернет-технологий для решения вышеуказанных задач.

В начале 21 века в мире начался переход к «экономике знаний». Этот переход диктует более широкое применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которые обеспечивают формирование интеллектуального капитала предприятия. Задачи развития белорусских предприятий в рыночном направлении требуют формирования соответствующей информационной культуры управления.

После окончания вуза выпускник может оказаться на предприятиях, имеющих различное рыночное окружение и соответствующей стадии компьютеризации:

на нулевой, где о применении ИКТ начинают только задумываться или решаются отдельные локальные задачи;

на промежуточной, где предполагают приобретать и устанавливать комплексные информационные системы (ИС);

на развитой, где начинают развертывание корпоративных ИС.

Поэтому выпускник экономического университета должен вписаться в любую организацию. Для достижения этой цели, в курсе изложение материала ведется для различных уровней компьютеризации предприятия. Тенденции компьютеризации предприятий можно проследить на опыте зарубежных предприятий. Б.Гейтс охарактеризовал ситуацию в развитых странах в области проведения инноваций на предприятии и применении соответствующих ИКТ так: « 80-е годы 20 века - это годы качества, 90-е годы – это годы реинжиниринга, а сейчас все решает скорость бизнеса».

ИКТ выполняют на предприятии три основных функции:

1. Обеспечение деловых операций.
2. Обеспечение управленческих решений.
3. Обеспечение стратегического преимущества в условиях конкурентного рынка.

Дисциплина направлена, в первую очередь, на реализацию функции обеспечения управленческих решений предприятия, а также, частично, на обеспечение стратегического преимущества. Невозможно обеспечить качественное и быстрое принятие управленческих решений в условиях рыночной экономики без использования соответствующих ИКТ. Это связано, прежде всего, с необходимостью обработки большого количества информации о потребителях, конкурентах, окружающей среде и т.д. На базе обработанной информации должны быть построены адекватные компьютерные модели для описания функционирования предприятия с целью принятия управленческих решений.

Спецкурс ориентирован на получение студентами знаний о технологиях подготовки управляющей информации на предприятии и выработку практических навыков использования данных технологий. Причем, очень важно, чтобы эти технологии были взаимосвязаны между собой, т. е. интегрированы в некотором электронном офисе.

Под электронным офисом понимается совокупность интегрированных ИКТ, обеспечивающих реализацию функций предметной области. В дисциплине рассматриваются электронные офисы для обеспечения информацией процесса принятия решений на предприятии.

Предметом учебной дисциплины является изучение инструментальных средств принятия решений на предприятии, методов создания на базе этих средств электронных офисов.

Цель учебной дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по применению информационных технологий для управления бизнесом.

Задачи учебной дисциплины:

– ознакомление с основными тенденциями информатизации на предприятии;

– формирование навыков самостоятельной ориентации на рынке программных продуктов;

– получение знаний о методиках проектирования, информационного наполнения и оценки качества корпоративных web-сайтов, методах проведения маркетинговых исследований с использованием сети Интернет, а также практических навыков применения данных методик и методов;

– подготовка студентов к использованию бизнес-офиса организации (предприятия) для решения практических задач.

Выпускник должен обладать следующими академическими компетенциями:

– АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями, быть способным:

– ПК-7. Участвовать в формировании политики организации (предприятия) в области информатизации ее деятельности и подготовке проектов соответствующих документов (концепций, планов, мероприятий, программ, решений и др.).

– ПК-8. Владеть современными средствами телекоммуникаций, организовывать и вести электронный бизнес.

– ПК-9. Оказывать консультационные услуги по внедрению и использованию систем автоматизации экономической деятельности организаций (предприятий).

– ПК-11. Оказывать консультации по вопросам оптимальной организации разработки программного продукта, а также по оптимизации процессов производства товаров (работ, услуг).

– ПК-12. Разрабатывать и анализировать бизнес-планы инвестиционных проектов.

– ПК-15. Исследовать рынок информационных систем.

– ПК-16. Анализировать потребность организации в автоматизации выполнения деловых процессов производства продукции, товаров (работ, услуг).

– ПК-17. Анализировать альтернативные решения в области информатизации, формировать критерии их отбора.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

– существующие пакеты прикладных программ бизнес-офиса организации (предприятия);

– методы, критерии и стандарты оценки качества сайта, способы создания корпоративного сайта;

– разновидности рекламы в Интернет, основы функционирования поисковых систем, индексации и ранжирования сайтов;

уметь:

– использовать пакеты прикладных программ при решении задач финансового планирования в организации (на предприятии);

– составлять технические задания на разработку корпоративного сайта, соответствующие государственному стандарту;

– планировать мероприятия по проведению маркетинговой кампании в Интернет;

– создавать элементы информационного наполнения корпоративных сайтов;

– оценивать качество и эффективность Интернет-маркетинга в целом и его основных инструментов;

владеть:

– методами анализа альтернативных решений в области информатизации, методами формирования критериев их отбора;

– навыками формирования планов маркетинга и бизнес-планов с помощью информационных технологий;

– навыками поисковой оптимизации сайтов.

Изучение дисциплины предполагает знание студентами основ работы с сетью Интернет, баз данных, системного анализа. Для успешного освоения дисциплины" студенты должны изучить спецкурсы «Компьютерные информационные технологии» и дисциплину компонента учреждения высшего образования «Системный анализ». Дисциплина тесно связана с курсом «Информационный менеджмент и реинжиниринг бизнес-процессов», расширяет и дополняет его.

Учебной программой предусмотрено выполнение индивидуального задания по анализу финансового состояния предприятия в соответствии с Международными Стандартами Бухгалтерского Учета (МСБУ), ориентированными на рыночную экономику.

Студенты готовят курсовую работу по созданию бизнес - офисов конкретного предприятия, как правило, на том, где они проходили производственную практику. Курсовая работа предусматривает проектную часть. В данной части студенты составляют бизнес-план путем моделирования реализации конкретного инвестиционного проекта. По данному инвестиционному проекту готовится компьютерная презентация, которая используется для защиты курсовой работы.

Темы 1-7 разработаны Синявской О.А. и Сосновским О.А., темы 8-30 – Гулиным В.Н.

На изучение учебной дисциплины отведено 444 часа, из них всего часов аудиторных 224. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 114 часов – лекции, 110 часов – лабораторные занятия. Рекомендуемые формы контроля – экзамен, зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№/№	Наименование темы	Лекции (час.)	Лабораторные работы (час.)	Всего (час.)
1	2	3	4	5
1	Особенности маркетинговой деятельности с использованием Интернет-технологий	6	6	12
2	Функции и структура службы Интернет-маркетинга в организации (на предприятии)	8	8	16
3	Web-сайт организации (предприятия) как основной инструмент Интернет-маркетинга	8	8	16
4	Техническое задание на разработку сайта	8	8	16
5	Классификация рекламы в Интернет-среде	8	8	16
6	Поисковый Интернет-маркетинг	6	8	14
7	Связи с общественностью и их роль в Интернет-маркетинге	6	6	12
8	Введение в бизнес-офис организации (предприятия)	2	-	2
9	Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)	2	-	2
10	Понятие бизнес-офиса организации (предприятия)	2	-	2
11	Теоретические основы создания бизнес-офиса	2	-	2
12	Архитектура бизнес-офиса организации (предприятия)	2	-	2
13	Информационные системы менеджмента	2	-	2
14	Проектирование бизнес-офиса организации (предприятия)	2	-	2

1	2	3	4	5
15	Цели и задачи бизнес - планирования	2	-	2
16	Программные продукты для бизнес-планирования	4	10	14
17	Финансовый офис предприятия	6	12	18
18	Проектный офис	2	2	4
19	Реализация бизнес-проекта	2	6	8
20	CRM-приложения в автоматизации принятий решений	2	2	4
21	СЭД в автоматизации принятий решений	2	6	8
22	Бизнес-офис в корпоративных ИС	4	-	4
23	Эволюция бизнес-офиса в производственных КИС	4	-	4
24	Информационные системы в управлении эффективностью бизнеса	4	-	4
25	Управление инфраструктурой ИС	2	-	2
26	Примеры модулей бизнес-офиса в КИС	4	16	20
27	Создание бизнес-офиса КИС в странах СНГ	4	-	4
28	Сетевое предприятие	2	-	2
29	Корпоративные информационные порталы предприятий	4	4	8
30	Интеллектуальный офис	2	-	2
	ВСЕГО	114	110	224

04/10/10С

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Особенности маркетинговой деятельности с использованием Интернет-технологий

Понятие Интернет-маркетинга. Интернет-сообщества, тематические сайты и их роль в проведении маркетинговых исследований. Поиск потребителей и конкурентов с помощью сети Интернет. Особенности позиционирования в глобальной сети. Отличительные особенности маркетинговых коммуникаций, обусловленные Интернет. Преимущества и недостатки Интернет-маркетинга.

Тема 2. Функции и структура службы Интернет-маркетинга в организации (на предприятии)

Автоматизированное рабочее место маркетолога. Содержание работы службы Интернет-маркетинга в организации (на предприятии). Методика планирования мероприятий Интернет-маркетинга.

Тема 3. Web-сайт организации (предприятия) как основной инструмент Интернет-маркетинга

Перечень задач, решаемых корпоративным web-сайтом. Информационное наполнение web-сайта. Структура информации о товарах и услугах. Методы и критерии оценки качества сайта. Оценка качества программного обеспечения сайта. Показатели оценки качества программного обеспечения, используемые в ГОСТ 28195-99 «Оценка качества программных средств. Общие положения». Визуальная оценка скорости загрузки сайта. Методы оценки эффективности сайта. Выбор хостинга. Информационная безопасность web-сайта. Управление разработкой и поддержкой корпоративного сайта, обновление его информационного наполнения. Сравнительный метод оценки качества и эффективности сайтов. Рейтинги сайтов.

Тема 4. Техническое задание на разработку сайта

Способы создания корпоративного сайта. Выбор разработчика сайта. Критерии оценки разработчика. Выбор разработчика технического задания. Структура и содержание технического задания на разработку корпоративного web-сайта. «Основные положения ГОСТ 34.602-89 «Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Техническое задание на создание автоматизированной системы». Взаимодействие с разработчиками сайта.

Тема 5. Классификация рекламы в Интернет-среде

Особенности и преимущества рекламы в Интернет. Характеристика Интернет-аудитории. Блочная реклама и баннеры. Достоинства и недостатки баннерообменных сетей. Контекстная реклама. Поведенческий таргетинг.

Поисковая реклама. Электронные прайс-листы, каталоги и доски объявлений. Выбор площадки и форматов Интернет-рекламы.

Тема 6. Поисковый Интернет-маркетинг

Рынок поисковых систем. Основы функционирования поисковых систем, индексации и ранжирования сайтов. Маркетинговая ценность поисковой системы как источника целевого трафика. Поисковые инструменты Интернет-маркетинга, сравнительный анализ их преимуществ и недостатков. Показатели эффективности поискового маркетинга, методы их расчёта и интерпретации. Анализ эффективности работы поискового оптимизатора.

Тема 7. Связи с общественностью и их роль в Интернет-маркетинге

Классификация способов связи с Интернет-общественностью. Регистрация и индексирование, их значение в международном маркетинге. Электронные издания. Электронные публикации, их статус, характеристики. Правила оформления ссылок на электронные публикации. Вирусный маркетинг и адвергейминг. Внутренний Интернет-маркетинг, анализ кризисных ситуаций. Влияние связей с общественностью на эффективность Интернет-маркетинга.

Тема 8. Введение в бизнес-офис организации (предприятия)

Информатизация процесса принятия решения на предприятии. Взаимосвязь рыночного окружения предприятия и процессов информатизации принятия решений. Информационная экономика: производительность и конкурентоспособность зависят от информации и знаний. Информационное общество. Роль интеллектуального капитала в конкурентной борьбе в современных условиях. Стратегия развития информационно – коммуникационных технологий(ИКТ) принятия решений на предприятии.

Тема 9. Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)

Конкуренция в основной деятельности как основной фактор совершенствования управления информационными ресурсами(ИР) предприятия. Информационное окружение (пространство) лица, принимающего решения. Необходимость создания корпоративной культуры, поддерживающей информатизацию предприятия. Информационная культура предприятия. Информационная система (ИС) как инструмент управления информационными ресурсами предприятия. Ответственность экономистов и менеджеров в области ИС.

Тема 10. Понятие бизнес - офиса организации (предприятия)

Понятие электронного офиса. Учетные и аналитические ИКТ в ИС предприятия. Аналитические ИКТ и компьютерные модели. Компьютерные

модели как средство получения декларативных знаний для принятия решений. Методы принятия решений и поддержки принятия решений: сущность и различия.

Бизнес – офис как совокупность интегрированных ИКТ для подготовки управляющей информации. Программные продукты – основное средство создания бизнес - офиса предприятия.

Обзор существующих практических задач бизнес – офиса: диагностика финансового состояния предприятия, составление бизнес – планов, управление проектами, получение управляющей информации на базе CRM(Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами)- технологий, автоматизация электронного документооборота(система электронного документооборота – СЭД), и т.д.

Тема 11. Теоретические основы создания бизнес-офиса

Процесс принятия решений на предприятии. Маркетинговая ориентация процесса принятия решений при переходной экономике. Управление предприятием с использованием ИКТ. Предметные области, требующие применения ИКТ бизнес – офиса(маркетинг, производственная или основная деятельность и т.д.)

Особенности принятия решений в переходной экономике на примере бизнес - планирования. Основы информационного обеспечения процесса планирования. Компьютерные модели для обеспечения процессов планирования: сущность, возможности и недостатки.

Алгоритм подготовки управляющей информации: получение исходных данных из учетных ИКТ – формирование дополнительной информации для построения компьютерной модели - применение методов бизнес-офиса для разработки альтернатив принятия решений – оценка альтернатив - управляющая информация для принятия решений. Методы подготовки управляющей информации в бизнес – офисе(имитационные модели, регрессионные модели, оптимизационные модели, сетевые модели и т.д.)

Тема 12. Архитектура бизнес-офиса организации (предприятия)

Понятие «архитектуры предприятия» как связующего звена между бизнесом и ИС. Стандарты и унификация данных как предпосылки создания архитектуры предприятия. Модель архитектуры предприятия: внешние стандарты, бизнес-архитектура, стандарты предприятия, информационная архитектура, архитектура информационных систем, архитектура данных.

Архитектура ИС: приложения, данные, информация, управление пользователями и их доступом, сети и коммуникации, платформа, информационная безопасность. Понятие ИС как модели ее компонентов для целей управления.

Бизнес - офис как формализованная система принципов и методов развития архитектуры ИС. Эволюция ИС и бизнес - офиса. Содержание бизнес - офиса: краткая характеристика состояния информатизации принятия

решений, анализ имеющихся инициатив и проблемных отличий, оценка готовности предприятия к изменениям.

Принципы и методы создания(развития) бизнес -офиса: анализ потребностей применения ИКТ для принятия решений, возможные проекты развития бизнес-офиса. проект создания(развития) бизнес -офиса как бизнес-проект с ИТ-составляющей.

Тема 13. Информационные системы менеджмента

Управленческий учет и управленческая информация. Области применения управленческого учета на предприятии. Управление эффективностью функционирования предприятия как сфера управленческого учета. Основные задачи управления эффективностью функционирования предприятия: планирование, бюджетирование, консолидация финансовой информации, контроль и анализ.

Автоматизация видов управленческой деятельности: операторная, административная и эвристическая. Структурные модели ИР. Уровни информационных систем менеджмента(ИСМ). Задачи ИСМ. Офисы ИСМ: бизнес-офис, финансовый офис, проектный офис, электронный офис документооборота(СЭД), виртуальный офис, интеллектуальный офис.

Тема 14. Проектирование бизнес-офиса организации (предприятия)

Предприятие во внешней среде. Структура предприятия. Методы прогнозирования. Показатели развития предприятия. Оценка стоимости бизнеса. Оптимальное управление предприятием. Методы оптимизации управленческих решений.

Процесс принятия решений на предприятии. Создание бизнес - офиса предприятия как процесс автоматизации принятия решений. Бизнес – процессы(БП) как интеллектуальные ресурсы, непрерывно адаптируемые к рыночному окружению. Скорость совершенствования БП как фактор конкурентоспособности.

Эволюция зрелости управленческих БП предприятия: нестабильные БП, БП уровня подразделений, БП уровня предприятия, БП уровня нескольких предприятий, БП на основе знаний. Изменение управленческих БП как изменение человеческих ресурсов и корпоративной культуры. BPMS(Business Process Management System) – системы как средство адаптации управленческих БП при изменяющихся условиях ведения бизнеса.

Тема 15 . Цели и задачи бизнес-планирования

Цель деятельности(миссия) предприятия. Среда бизнеса. Описание вида деятельности(бизнеса). Потребительские качества продукции (услуг). Анализ рынка сбыта. Конкуренция и конкурентные преимущества. Стратегия маркетинга. Прогнозирование продаж. План производства. Организационный план производства и менеджмент

Цели и принципы планирования на предприятии. Система планов и бизнес-план. Оформление бизнес-идеи. Документы на основе бизнес-плана.

Внутрифирменный бизнес-план. Инвестиционный бизнес-план. Содержание бизнес-плана инвестиционного проекта. Оценка экономической эффективности проекта.

Роль бизнес-планирования в управлении предприятием. Финансовое планирование. Связи планов предприятия: маркетинга, бизнес-плана и корпоративного плана. Стадии разработки бизнес-плана.

Тема 16. Программные продукты для бизнес-планирования

Обзор программных продуктов для анализа финансового состояния организации. Обзор программных продуктов по маркетингу.

Обзор программных продуктов для бизнес-планирования. Программные продукты для планирования потоков денежных средств. «Закрытые программы», «открытые программы», специализированные программы.

Структура компьютерной модели для бизнес-планирования: доходы, расходы, прибыль, оборотный капитал, инвестиционные затраты, источники финансирования, движение денежных средств, баланс. Создание компьютерной модели в MS Excel. Подбор рациональных параметров модели. Анализ устойчивости на основе имитационного моделирования.

Структура программы для бизнес – планирования: блок моделирования, блок генерации финансовых документов, блок анализа, блок контроля процесса реализации проекта, блок генератора отчетов.

Модели расчета бизнес-планов.

Тема 17. Финансовый офис предприятия

Функциональная модель ИС предприятия. Контуры, автоматизированные рабочие места и задачи ИС. Постановка (спецификация) задачи и ее разделы. Два этапа управления предприятием: обработка информации и принятие управленческих решений. Программные продукты обработки учетной информации.

Автоматизация бухгалтерского учета: банк, касса, учет основных средств, учет нематериальных активов, учет материалов, составление отчетов.

Автоматизация расчета зарплаты и управления персоналом: управленческий и регламентированный учет, штатное расписание, персонифицированный учет, процесс расчета зарплаты, повременная и сдельная формы оплаты труда.

Автоматизация управления торговлей: структура торгового предприятия, базовые, динамические и расчетные цены, управление продажами, управление поставками, управление складскими запасами, управление отношениями с клиентами, управление товарооборотом предприятия.

Тема 18. Проектный офис

Управление проектом (Project Management) как искусство руководства и координации человеческими и материальными ресурсами на протяжении жизненного цикла проекта. Типы проектов развития ИС: автоматизация, рационализация, реинжиниринг, реструктуризация бизнеса. Проект развития ИС как бизнес- проект с ИТ-составляющей.

Проект развития информационной системы предприятия. Основные понятия менеджмента ИТ - проекта. Процессы управления ИТ – проектами. Менеджер проекта. Исследование ИТ - проекта. Основные разделы ИТ - проекта. Понятие проектного офиса предприятия

Стандарты в области управления проектами и корпоративные технологии управления проектами. Процессы управления проектами: контроль и отчетность, управление работами, управление ресурсами, управление качеством.

Тема 19. Реализация бизнес-проекта

Проект развития ИС как проект развития системы менеджмента предприятия. Документ проекта: цель проекта, бизнес - условия проекта, обобщенный результат проекта, график проекта, ресурсы проекта, его бюджет. Исследование проекта. План осуществимости проекта: продукт, целевая аудитория, финансовые обязательства, рекомендуемые действия.

Формирование и управление командой проекта. Формирование цели осуществления проекта. Разработка менеджером проекта схемы деления работ. Построение плана проекта с помощью диаграмм Гантта и PERT(Program Evaluation and Review Technique) – диаграмм. План проекта и его разделы. Программные продукты разработки планов бизнес - проектов. Бизнес – проект реинжиниринга управленческих бизнес-процессов.

Тема 20. CRM-приложения в автоматизации принятий решений

Основа для внедрения методологии управления взаимоотношениями с клиентами на предприятии: клиентоориентированный подход к ведению бизнеса и база данных с расширенными записями по клиенту. CRM(Customer Relationship Management)- методология как пересечение различных дисциплин, начиная от персональных продаж и маркетинга до контроллинга и менеджмента.

Основные компоненты CRM - методологии: накопление истории взаимоотношений с клиентами; выделение лучших клиентов и назначение по ним определенных действий, способствующих их удержанию; фиксация и анализ качества работы сотрудников предприятия с клиентами; защита вложенных инвестиций в клиентскую базу; сокращение рисков, связанных с уходом менеджеров по продажам вместе с информацией по клиентам.

Основные разделы CRM – приложения: маркетинг, коммуникации, справочники, компании и контакты, проекты и процессы, задачи и счета, отчеты. Рынок CRM – приложений.

Тема 21. СЭД в автоматизации принятий решений

Этапы развития СЭД на предприятии. Технологии управления документами в контексте управления знаниями. Цели создания СЭД на предприятии. Понятие документооборота и СЭД. Функции пакета Microsoft Office в автоматизации документооборота.

Основные технологии автоматизации документооборота: ИКТ обработки изображений документов (Imaging System); ИКТ оптического распознавания символов (Optical Character Recognition System); ИКТ управления документами (Document Management System); ИКТ автоматизации деловых процедур (Work-Flow System).

Понятие Work-Flow – систем. Понятие потока работ. Work-Flow – системы и бизнес-процессы. Функции Work-Flow – систем по автоматизации бизнес-процессов.

Основные разделы СЭД: справочник, пользователи, регистрация документов, поиск документов и личные папки, документы, отчеты. Группы СЭД. Рынок СЭД в Беларуси.

Понятие ECM (Enterprise Content Management) -систем. Концепция ECM есть результат конвергенции систем управления документами (Document Management), информацией на Web-сайтах (Web Content Management), средств автоматизации деловых процедур (Workflow), групповой работы (Collaboration), управления знаниями (Knowledge Management) и корпоративных порталов управления информацией и знаниями (Enterprise Information Portal, Enterprise Knowledge Portal).

Тема 22. Бизнес–офис в корпоративных ИС

Факторы развития ИС на предприятии: конкуренция в основной деятельности, квалификация менеджеров в области ИКТ, отношение руководства предприятия и т.д. Необходимость эволюционного подхода в развитии информатизации предприятия. Достоинства и недостатки комплексных ИС. Корпоративная ИС (КИС) как развитие комплексной ИС. Преимущества корпоративных ИС в условиях рыночной экономики.

Этапы создания корпоративных ИС на предприятии. Требования к компьютерной грамотности сотрудников предприятия. Классификация сотрудников по уровням компьютерной грамотности: начинающий пользователь, пользователь автоматизированного рабочего места (АРМ), квалифицированный пользователь, специалист по ИС.

Предприятие как единая производственно- сбытовая система: маркетинг- создание новых изделий–снабжение - производство-сбыт- доставка продукции- сервисное обслуживание - финансы - транспорт – работа с клиентами- единое информационное пространство - совершенствование системы управления.

Производственная сбытовая система и стандарты методик управления бизнес-процессами: промышленного производства, управления качеством, управление цепочками поставок, управления взаимоотношениями с клиентами, управления знаниями при принятии решений в бизнесе.

Тема 23. Эволюция бизнес–офиса в производственных КИС

Понятие КИС. Типы КИС: производственные, управления жизненным циклом продукции, финансово – управленческие, управления проектами и коммуникациями. Основными отличиями КИС от других ИС. Эволюция производственных КИС: MRP, MRPII, ERP, ERP II. Понятие базовых концепций производственных КИС и их эволюция. Реализация бизнес – стратегии в производственных КИС. Историческое изменение бизнес-стратегий в условиях рыночной экономики

Функциональные модули бизнес – офиса в производственных КИС(бизнес – планирование; планирование производства; планирование потребностей в материальных ресурсах; прогнозирование; управление проектами и программами и т.д.). Эволюция методов принятия решений в модулях КИС как адаптация к изменениям рыночной экономики. SOA(service oriented applications) – архитектура как инструмент адаптации КИС к рыночному окружению. Понятие WEB – сервисов.

Тема 24. Информационные системы в управлении эффективностью бизнеса

Системы мониторинга эффективности бизнеса(Business Performance Management - Управление Эффективностью Бизнеса). Функции BPM-систем: оценка бизнес-процессов в Системе Сбалансированных Показателей(ССП – Balance Score Card – BSC), моделирование ключевых показателей эффективности (Key Performance Indicators-КПИ), формализация процедур бюджетирования, реализация моделей корпоративной мотивации, консолидация финансовых и нефинансовых данных, реализация мониторинга и контроля исполнения.

Экономическая эффективность ИС на различных стадиях организационной зрелости. Уровни зрелости ИС: владение данными-владение информацией - владение процессом (характеризуются наличием знаний в виде описания формализованных бизнес-правил) - владение бизнесом (характеризуются применением и развитием знаний в виде адаптивно изменяемых бизнес-правил, исполняемых системой). Уровень зрелости и ценность информации в ИС.

Эффективность ИС в узком и широком смысле. Эффективность ИС в узком смысле как обеспечение информационных потребностей для управления” предприятия с наименьшими затратами. Эффективность ИС в широком смысле как влияние ИР на качество принимаемых решений для достижения целей предприятия. Особенности потребления и полезности ИР в зависимости от человеческих ресурсов предприятия. Роль управленческого и ИТ- консалтинга в управлении эффективностью бизнеса.

Тема 25. Управление инфраструктурой ИС

Продукты Microsoft для управления инфраструктурой ИС. Функциональные возможности семейства продуктов System Center: управление изменениями и конфигурациями, управление операциями,

управление защитой данных, управление нагрузкой, управление проблемами, управление памятью. Использование знаний для управления инфраструктурой ИС в продукте Service Desk. Функциональные компоненты Service Desk: управление знаниями(SharePoint Server), управление электронными формами(InfoPath и Forms Server), управление процессами(Windows Workflow Foundation), поддержка базы данных управления конфигурациями(Configuration Management Database).

Service-Oriented Architecture (SOA) как концепция построения ИС, обеспечивающая максимальное использование ИС/ИР ресурсов, при одновременной минимизации затрат на развертывание новых приложений. Состав SOA: сервисы, фронт-энды приложений, репозиторий сервисов и сервисная шина. Изменение условий бизнеса в зависимости от рыночного окружения и быстрое создание необходимых ИР. SOA как концепция реинжиниринга ИС.

Тема 26. Примеры модулей бизнес - офиса в КИС

Основные потребности бизнеса и их реализация на основе функциональных возможностей КИС. Примеры модулей управление логистикой и производством. Примеры модулей управление финансами. Примеры модулей управление взаимоотношениями с клиентами. Реализация модулей КИС с помощью WEB – сервисов. Примеры модулей бюджетного управления. Примеры модулей бизнес - аналитики. Примеры модулей управления персоналом.

Понятие корпоративного портала КИС. Корпоративный портал как виртуальный офис предприятия. Основные функции корпоративного портала КИС. Преимущества корпоративных порталов. Примеры корпоративных порталов КИС.

Тема 27. Создание бизнес-офиса КИС в странах СНГ

Отраслевые управленческие стандарты. Реорганизация бизнес-процессов. Регламент производственного планирования на предприятиях стран СНГ. Регламент документирования управленческих решений. Основное конкурентное преимущество КИС и возможность его реализации на предприятиях в странах СНГ. Слабая конкуренция и потребность в результатах функционирования КИС. Примеры неудачных внедрений КИС.

Специфика организации бизнес-процессов. Отношение руководства предприятий к КИС. Специфика организационной культуры. Компьютерная грамотность персонала

Производственные и управленческие технологии. Информационно - коммуникационные технологии. Агрессивность поставщиков КИС и отсутствие знаний о потребностях в информатизации. Западные и российские КИС.

Инновации и бизнес-офис. Трансформационные (производственные) издержки и транзакционные издержки. Роль бизнес - офиса в операционной

эффективности предприятия. Роль бизнес - офиса в продуктовых инновациях. Инновации и архитектура предприятия.

Тема 28. Сетевое предприятие

Понятие о сетевых предприятиях. Сетевое предприятие как развитие виртуального офиса предприятия. Экономические предпосылки появления сетевых предприятий. Сетевое предприятие как материальная основа информационной экономике. Структура сетевого предприятия. Производственный цикл сетевого предприятия. Этапы построения сетевого предприятия. Модель бизнеса сетевого предприятия. Примеры сетевых предприятий.

Базы знаний сетевых предприятий. Отличия баз знаний(БЗ) от баз данных. Компоненты БЗ: онтология, знания и система управления БЗ. Функции БЗ. Виды БЗ. Примеры БЗ. Понятие интеллектуальной системы. Модели знаний в интеллектуальных системах.

Тема 29. Корпоративные информационные порталы предприятий

Предпосылки создания портала на предприятии. Портал и конкурентные преимущества предприятия. Уровни внедрения портала. Основная задача портала. Интранет - порталы. Интернет – порталы. Портал как приложение, которое накрывает все источники информации, внутренние и внешние, структурированные и неструктурированные, а также все приложения.

Функции портала. Основные характеристики портала. Примеры порталов. Параметры предприятия, для определения потребности в портале: количество сотрудников, выполняющих свои функции на компьютере, необходимость постоянного обучения, необходимость автоматизации бизнес-процессов и т.д.

Принципы Enterprise 2.0 при создании порталов: веб-инструменты(мгновенные сообщения, поиск, форумы и т.п.), единое файловое хранилище с контролем версий, единый календарь и задачи как инструмент планирования деятельности, неограниченное количество рабочих групп и т.д.

Корпоративные порталы знаний как развитие информационного портала предприятия.

Тема 30. Интеллектуальный офис

Понятие интеллектуального анализа данных. История развития методов анализа данных. Программное обеспечение бизнес – аналитики. Инструменты интеллектуального анализа бизнеса BI(Business Intelligence). BI как концепции и методы для принятия бизнес - решений с использованием систем на основе бизнес - данных. Бизнес-аналитика как инструменты, используемые для преобразования, хранения, анализа, моделирования и доставки в ходе работы над задачами, связанными с принятием решений на основе фактических данных.

Экономические зависимости и их свойства. Свойства VI-технологий: анализ больших объёмов информации, моделирование различных вариантов действий, отслеживание результатов принятия тех или иных решений. Понятие метамоделей. VI-технологии как инструмент построения метамоделей анализа данных. Хранилища данных и системы бизнес-аналитики. Примеры VI-технологий.

Аналитика «больших данных»(Big data). Понятие Big data: работа с информацией огромного объема и разнообразного состава, весьма часто обновляемой и находящейся в разных источниках в целях увеличения эффективности работы, создания новых продуктов и повышения конкурентоспособности. Big data как объединение техники и технологий, которые извлекают знания из данных. Мировой рынок Big data.

КУРСОВАЯ РАБОТА

1. Тема работ.

ИКТ бизнес - офиса конкретного предприятия (государственного, ОАО, ЗАО, малого и т.п.).

2. Перечень вопросов, которые подлежат разработке.

Введение.

I. Современное состояние и тенденции развития ИКТ и ИС.

II. ИКТ бизнес - офиса предприятия.

III. Имитационное моделирование расчета бизнес - плана.

Заключение.

3. Перечень расчетно-аналитических материалов.

Расчет бизнес - плана с помощью программы по бизнес - планированию. Имитационное моделирование условий реализации бизнес - плана. Определение потребности в кредитах в зависимости от программы выпуска продукции. Проведение анализа чувствительности проекта в зависимости от рыночного окружения. Результаты расчетов описываются в третьей части курсовой работы.

4. Графический материал.

Создание презентации бизнес – плана.

5. Информационные материалы для написания работы.

Для написания первых 2 частей курсовой работы может использоваться любая современная литература по применению ИКТ и построению ИС на предприятии, описание программ подготовки управляющей информации для принятия решений на предприятии, а также информация из Интернета.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

К разделу «Бизнес-офис организации (предприятия)»

Основная литература

1. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert: Учеб. пособие. / В.С. Алиев. – М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2007.

2. Баев, И.А. Бизнес-планирование на компьютере / И.А. Баев, А.В. Каплан, Е.В. Овечкина, М.В. Мащенко. – Ростов н/Д: Феникс, 2007.

3. Голоктеев, К. Управление производством: инструменты, которые работают / К. Голоктеев, И. Матвеев. – С.-Пб.: Питер, 2008. ✓

4. Гулин, В.Н. Бизнес-офис предприятия: Учебное пособие / В.Н. Гулин. – Минск: БГЭУ, 2004. ✓

Дополнительная литература

5. Ильин, В.В. Проектный офис – системный подход к управлению компанией / В.В. Ильин – М.: Вершина, 2007. ✓

6. Карминский, А.М. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы: 2-е изд., перераб. и доп. / А.М. Карминский, С.А. Карминский, В.Н. Несторов, Б.В. Черняков; Под ред. А.М. Карминского. – М.: Финансы и статистика, 2004.

7. Никитин, А.В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем: Учеб. пособие / А.В. Никитин, И.А. Рачковская, И.В. Савченко. – М.: Инфра-М, 2007.

8. Устинова, Г.М. Информационные системы менеджмента. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений / Г.М. Устинова. – С.-Пб.:ДиасофтЮП. 2000.

9. Экономическая информатика: введение в экономический анализ информационных систем: Учебник. – М.: Инфра-М, 2005.

10. Басыров, Р.И. 1С-Битрикс: Корпоративный портал. Повышение эффективности компании / Р.И. Басыров. – СПб.: Питер, 2010. ✓

11. Зеленков, Ю.А. Искусство бега по граблям. Стратегическое управление ИТ в условиях неопределенности / Ю.А. Зеленков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalcio.ru/news/2616/> – Дата доступа: 01.12.2013.

12. Ковалевский, В.П. Аккумуляция знаний в информационном пространстве предприятий региона / В.П. Ковалевский, О.В. Буреш, М.А. Жук, О.М. Калиева. – М.: Финансы и статистика, 2011.

13. Малышева С.Л. Современные концепции управления предприятием и их реализация в Microsoft Dynamics NAV /С.Л. Малышева, О.Г. Глубокая, А.А. Туманов - М.: е-Издательство «ММТ и ДО», 2008.
14. Селищев Н.В. 1С: Управление торговлей 8.1: практическое пособие/ Н.В. Селищев – М.: КНОРУС, 2010.
15. Слинков Д.Г. Управленческий учет: постановка и применение/ Д.Г. Слинков – СПб.: Питер, 2010.
16. Тронин Ю.Н. Информационные системы и технологии в бизнесе/Ю.Н. Тронин – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2005.
17. Харитонов С.А. Настольная книга по оплате труда и ее расчету в программе «1С:Зарплата и Управление Персоналом 8»: Практическое пособие, 3 издание: перераб. и доп. / Харитонов С.А. – М.: ООО «1С-Публишинг»; СПб.: Питер, 2008.

К разделу «Интернет-маркетинг»

Основная литература

1. Алексунин, В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие / В.А. Алексунин, В.В. Родигина. – Издательство: Дашков и К, 2006. – 216 с.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Твиттер и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
3. Голик, В. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе / В. Голик. – Издательство: Дикта, 2008. – 196 с.
4. Зиссер, Ю.А. Маркетинг on-line: Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю.А. Зиссер.– Минск: «Издательство Гревцова», 2007. – 304 с.
5. Интернет-маркетинг на 100% / Под ред. С. Сухова. – СПб: Питер, 2009. – 240 с.

Дополнительная литература

6. Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / С.Н. Бердышев. – Издательство: Дашков и К, 2009. – 216 с.
7. Бокарев, Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. – Москва: ПРОМО-РУ, 2000. – 416 с.
8. Буренина, Т.А. Маркетинг на базе Интернет-технологий / Т.А. Буренина. – Издательство: Благовест, 2005. – 152 с.
9. ГОСТ 28195-99 Оценка качества программных средств. Общие положения. – 49 с.
10. ГОСТ 34.602-89 Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Техническое задание на создание автоматизированной системы.

11. Греди, К.-Л. Эффективный Web-сайт: разработка, дизайн, маркетинг / К.-Л. Греди, Р. Ноблес. – Издательство: Триумф, 2005. – 560 с.
12. Долгополова, Е. Информационное обеспечение маркетинга: теория и практика / Е. Долгополова. – Издательство: Новое знание, 2009. – 143 с.
13. Доулинг, П. Реклама и маркетинг в Интернете / П. Доулинг, Т. Кеглер, Б. Тейлор [и др.]. – М.: Издательство: Альпина, 2003. – 630 с.
14. Костяев, Р. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование / Р. Костяев. – СПб: БХВ-Петербург, 2002. – 656 с.
15. Майкл, А. Мобильный маркетинг. Создание конкурентного преимущества с помощью беспроводных технологий / А. Майкл, Б. Солтер. – Издательство: Группа ИДТ, 2007. – 400 с.
16. Матейчик, К. Маркетинг по электронной почте. Информационные бюллетени и электронные рассылки / К. Матейчик. – Издательство: Интерэксперт, 2005. – 272 с.
17. Петюшкин, А.В. Основы баннерной рекламы / А.В. Петюшкин. – СПб: БХВ-Петербург, 2002. – 464 с.
18. Райт, Дж. Блог-маркетинг. Новый революционный путь увеличения продаж, усиления потенциала бренда и достижения выдающихся результатов в бизнесе / Дж. Райт. – М.: ЭКСМО, 2008.
19. Сейлс, А. E-mail маркетинг работает! Как продавать, используя один из мощнейших маркетинговых инструментов / А. Сейлс, К. Бэггот. – Издательство: Группа ИДТ, 2008. – 248 с.
20. Уилсон, О. Аудит маркетинга / О. Уилсон. – Издательство: Баланс Бизнес Букс, 2004. – 368 с.
21. Уилсон, Р. Планирование стратегии интернет-маркетинга / Р. Уилсон. – Издательство: Гребенникова, 2004. – 264 с.
22. Холмогоров, В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. Второе издание / В. Холмогоров. – СПб: Питер, 2002. – 272 с.
23. Хэнсон, У. Internet-маркетинг / У. Хэнсон. – М.: Юнити, 2001. – 528 с.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Бизнес-офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 1,5-2 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (контрольные задания на компьютере);
- сбор материала для выполнения курсовой работы;
- подготовка к экзаменам, зачетам.

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Для диагностики компетенций могут использоваться формы:

1. Устная форма.
2. Письменная форма.
3. Устно-письменная форма.
4. Техническая форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся следующие средства диагностики:

1. Устные зачеты.
2. Устные экзамены.
3. Доклады на конференциях.
4. Другие.

К письменной форме диагностики компетенций относятся следующие средства диагностики:

1. Тесты.
2. Письменные отчеты по лабораторным работам.
3. Письменные отчеты по выполнению контрольных заданий на компьютере.
4. Публикации статей, докладов.
5. Письменные зачеты

6. Письменные экзамены.

7. Другие.

К устно-письменной форме диагностики компетенций относятся следующие средства диагностики:

1. Отчеты по лабораторным работам с их устной защитой.

2. Контрольные задания на компьютере с их устной защитой.

3. Зачеты.

4. Экзамены.

5. Другие.

К технической форме диагностики компетенций относятся следующие средства диагностики:

1. Электронные тесты.

2. Визуальные лабораторные работы.

3. Другие.