


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»


Е.Ф.Киреева
29.04. 2022 г.
Регистрационный № УД 5120-22/уч.

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

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 12 «Экономическая информатика»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 12-2013, учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика» (дата утверждения 10.03.2020, регистрационный номер № 01Р-20), типовой учебной программы по учебной дисциплине для специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика» (дата утверждения 07.09.2015, регистрационный номер № ТД-Е.615/тип.).

СОСТАВИТЕЛИ:

Гулина О.В., доцент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат физико-математических наук, доцент.

Шаврук Е.Ю., ассистент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Железко Б.А., доцент кафедры «Маркетинг» Белорусского национального технического университета, кандидат технических наук, доцент;

Голик В.С., доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от «29» 03 2022);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от «20» 04 2022).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

На этапе развития «экономики знаний» для белорусских организаций (предприятий) актуальной становится задача формирования соответствующей информационной культуры управления, основанной на широком применении функционала современного программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для обеспечения конкурентоспособной скорости ведения бизнеса.

Пытаясь обеспечить посредством ИКТ деловые операции, управленческие решения и стратегическое преимущество в условиях конкурентного рынка, важно учитывать стадию компьютеризации организаций (предприятий) – нулевую (когда о применении ИКТ начинают только задумываться или решаются отдельные локальные задачи), промежуточную (когда предполагают приобретать и устанавливать комплексные информационные системы), развитую (когда начинают развертывание корпоративных информационных систем).

Своевременное принятие качественных управленческих решений, требующих обработки большого количества информации о потребителях, конкурентах, бизнес-окружении и т.д., в условиях рыночной экономики невозможно обеспечить без использования ИКТ.

Учебная дисциплина «Бизнес-офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг» относится к циклу специальных дисциплин государственного компонента и изучается в тесной связи с учебными дисциплинами «Компьютерные информационные технологии», «Информационный менеджмент и реинжиниринг бизнес процессов».

Учебная дисциплина направлена, в первую очередь, на реализацию функций обеспечения управленческих решений организации (предприятия), успешной маркетинговой деятельности, исследования рынков сбыта, конкурентной среды, товарного ассортимента на основе использования организацией (предприятием) соответствующих информационных технологий, в том числе, и Интернет-технологий, а также, на обеспечение стратегического преимущества.

В процессе изучения учебной дисциплины студентами приобретаются знания о технологиях подготовки управляющей информации в организации (на предприятии), которые могут быть интегрированы в едином электронном офисе, и вырабатываются практические навыки использования данных технологий для принятия грамотных управленческих решений.

В частности, в учебной дисциплине рассматриваются электронные офисы как совокупность интегрированных ИКТ для обеспечения информацией процесса принятия решений в организации (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 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 компьютерными информационными технологиями, глобальной сетью Интернет, базами данных, а также владение базовыми методами системного анализа.

Учебной программой предусмотрено выполнение индивидуального задания по анализу финансового состояния предприятия в соответствии с Международными Стандартами Бухгалтерского Учета (МСБУ), ориентированными на рыночную экономику, и выполнение курсовой работы по созданию бизнес-офиса организации (предприятия) на примере организации (предприятия), на котором, как правило, студент проходил производственную практику. В курсовой работе предусматривается проектная часть, предполагающая составление бизнес-плана путем моделирования реализации конкретного инвестиционного проекта.

Контроль знаний осуществляется с помощью проведения контрольных работ практической направленности с применением прикладного программного обеспечения и компьютерных тестов.

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика» учебная программа рассчитана на 516 часов, из них аудиторных занятий 224 часа. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекций – 114 часов; лабораторных занятий – 110 часов.

Формы текущей аттестации – зачет, экзамен.

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

Задачи корпоративного web-сайта. Информационное наполнение web-сайта. Методы и критерии оценки качества сайта. Показатели оценки качества программного обеспечения. Методы оценки эффективности сайта. Выбор хостинга. Информационная безопасность web-сайта. Управление разработкой и поддержкой корпоративного сайта. Сравнительный метод оценки качества и эффективности сайтов. Рейтинги сайтов.

Тема 4. Техническое задание на разработку сайта

Способы создания корпоративного сайта. Выбор разработчика сайта. Выбор разработчика технического задания.

Структура и содержание технического задания на разработку корпоративного web-сайта. 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. Показатели эффективности поискового маркетинга.

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

Классификация способов связи с Интернет-общественностью. Электронные издания, их статус, характеристики. Правила оформления ссылок на электронные публикации. Вирусный маркетинг и адвергейтинг. 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 в условиях информационной экономики. Роль интеллектуального капитала в конкурентной борьбе в современных условиях ведения бизнеса. Стратегия развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) принятия решений в организации (на предприятии).

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

Понятие аудита знаний в организации (на предприятии). Этапы проведения аудита знаний. Методы проведения аудита знаний. Анализ текущих знаний компании по «методу самооценки». Способы мотивации сотрудников к участию в аудите знаний. Анализ результатов аудита знаний. Карты знаний как инструмент представления результатов аудита знаний. Обзор рынка программного обеспечения для построения карт знаний.

Тема 10. Понятие бизнес-офиса организации (предприятия)

Понятие электронного офиса. Учетные и аналитические ИКТ в ИС предприятия. Компьютерные модели как средство получения декларативных знаний для принятия решений. Методы принятия решений и поддержки принятия решений.

Бизнес-офис как совокупность интегрированных ИКТ для подготовки управляющей информации. Обзор существующих практических задач бизнес-офиса.

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. Особенности принятия решений в переходной экономике на примере бизнес-планирования.

Алгоритм подготовки управляющей информации. Методы подготовки управляющей информации в бизнес-офисе.

Тема 12. Архитектура бизнес-офиса организации (предприятия)

«Архитектура предприятия» как связующее звено между бизнесом и информационной системой (ИС). Предпосылки создания архитектуры предприятия. Модель архитектуры предприятия.

Архитектура ИС. 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. Принципы и методы создания (развития) бизнес-офиса.

Тема 13. Информационные системы менеджмента

Управленческий учет и управленческая информация. Области применения управленческого учета на предприятии.

Основные задачи управления эффективностью функционирования организации (предприятия). Автоматизация видов управленческой деятельности.

Уровни информационных систем менеджмента (ИСМ). Задачи ИСМ. Офисы ИСМ.

Тема 14. Проектирование бизнес-офиса организации (предприятия)

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.

Тема 15. Цели и задачи бизнес-планирования

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 для маркетинговых исследований. 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. Анализ устойчивости на основе имитационного моделирования. Модели расчета бизнес-планов.

Тема 17. Финансовый офис предприятия

Функциональная модель ИС предприятия. Контуры, автоматизированные рабочие места и задачи ИС. Программные продукты обработки учетной информации. Автоматизация бухгалтерского учета. Автоматизация расчета заработной платы и управления персоналом. Автоматизация управления торговлей.

Тема 18. Проектный офис

Управление проектом (Project Management) как искусство руководства и координации человеческими и материальными ресурсами на протяжении жизненного цикла проекта.

Проект развития информационной системы организации (предприятия). Основные понятия менеджмента ИТ-проекта.

Понятие проектного офиса предприятия. Стандарты в области управления проектами и корпоративные технологии управления проектами. Процессы управления проектами.

Тема 19. Реализация бизнес-проекта

Проект развития ИС как проект развития системы менеджмента предприятия. Документ проекта. Исследование проекта. План осуществимости проекта. Формирование и управление командой проекта. Формирование цели осуществления проекта. Разработка менеджером проекта схемы деления работ. Построение плана проекта с помощью диаграмм Ганта и PERT (Program Evaluation and Review Technique). Программные продукты для управления проектами.

Тема 20. CRM-приложения в автоматизации принятий решений

Основа для внедрения методологии управления взаимоотношениями с клиентами на предприятии. CRM (Customer Relationship Management)-методология. Основные компоненты CRM-методологии. Основные разделы CRM-приложения. Рынок CRM-приложений.

Тема 21. СЭД в автоматизации принятий решений

Понятие документооборота и СЭД. Этапы развития СЭД в организации (на предприятии). Технологии управления документами в контексте управления знаниями. Цели создания СЭД в организации (на предприятии). Основные разделы СЭД. Группы СЭД. Рынок СЭД в Беларуси.

Функции пакета Microsoft Office в автоматизации документооборота.

Основные технологии автоматизации документооборота.

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

Концепция ECM. Понятие ECM (Enterprise Content Management)-систем.

Тема 22. Бизнес-офис в корпоративных ИС

Факторы развития ИС в организации (на предприятии). 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.

Предприятие как единая производственно-сбытовая система. Производственная сбытовая система и стандарты методик управления бизнес-процессами.

Тема 23. Эволюция бизнес-офиса в производственных КИС

Понятие КИС. Типы КИС. Основные отличия КИС от других ИС. Понятие базовых концепций производственных КИС и их эволюция. Эволюция производственных КИС: MRP, MRPII, ERP, ERP II. Реализация бизнес-стратегии в производственных КИС.

Историческое изменение бизнес-стратегий в условиях рыночной экономики.

Функциональные модули бизнес-офиса в производственных КИС. 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 в контексте бизнес-офиса предприятия.

Тема 24. Информационные системы в управлении эффективностью бизнеса

Системы мониторинга эффективности бизнеса (Business Performance Management – Управление Эффективностью Бизнеса). Функции BPM-систем.

Экономическая эффективность ИС на различных стадиях организационной зрелости. Уровни зрелости ИС. Уровень зрелости и ценность информации в ИС.

Эффективность ИС в узком смысле как обеспечение информационных потребностей для управления организацией (предприятием) с наименьшими затратами. Эффективность ИС в широком смысле как влияние информационных ресурсов (ИР) на качество принимаемых решений для достижения целей предприятия. Роль управленческого и ИТ-консалтинга в управлении эффективностью бизнеса.

Тема 25. Управление инфраструктурой ИС

Продукты для управления инфраструктурой ИС. Использование знаний для управления инфраструктурой ИС в продуктах Service Desk/ Help Desk. Функциональные компоненты Service Desk/ Help Desk.

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. 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.

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.

Тема 28. Сетевое предприятие

Понятие сетевого предприятия. 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.

Понятие интеллектуальной системы. Модели знаний в интеллектуальных системах.

Тема 29. Корпоративные информационные порталы предприятий

Предпосылки создания портала на предприятии. Портал и конкурентные преимущества предприятия. Основная задача портала. Интранет-порталы. Интернет-порталы. Функции портала. Основные характеристики портала. Примеры порталов. Корпоративный портал 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). Экономические зависимости и их свойства. Свойства BI-технологий. Понятие метамодели. BI-технологии как инструмент построения метамodelей анализа данных. Хранилища данных и системы бизнес-аналитики.

Аналитика «больших данных» (Big Data). Понятие Big Data. Основные принципы работы с Big Data. Мировой рынок технологий Big Data.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-ОФИС ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ) И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ» ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПЕРВОЙ СТУПЕНИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 1-25 01 12 «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИКА»

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лекции			ЛЗ
1	Особенности маркетинговой деятельности с использованием Интернет-технологий				6	6		[1,2,12]	Реферат по заданным темам
2	Функции и структура службы Интернет-маркетинга в организации (на предприятии)	8			8			[2,8,10]	
3	Web-сайт организации (предприятия) как основной инструмент Интернет-маркетинга	8			2		6	[4,5,6]	Реферат по заданной теме Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСРС
4	Техническое задание на разработку сайта	8			2		6	[3,14]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСРС
5	Классификация рекламы в Интернет-среде	8			4		4	[12,13,15]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСРС
6	Поисковый Интернет-маркетинг	6			8			[5,6,12]	
7	Связи с общественностью и их роль в Интернет-маркетинге				6	6		[7,9,11]	Реферат по заданным темам
	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ	38			36	12	16		
8	Введение в бизнес-офис организации (предприятия)	2						[5, 6, 10-11]	

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции			ЛЗ
9	Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)	2						[5, 7-8, 10, 13-14, 18]	
10	Понятие бизнес-офиса организации (предприятия)	2						[5, 10-11, 13, 15, 18]	
11	Теоретические основы создания бизнес-офиса	2						[5, 12, 13, 15, 18]	
12	Архитектура бизнес-офиса организации (предприятия)	2						[5, 7, 8, 10, 18]	
13	Информационные системы менеджмента	2						[5, 7-11]	
14	Проектирование бизнес-офиса организации (предприятия)	2						[5, 8, 11]	
15	Цели и задачи бизнес-планирования	2						[5, 9, 16]	
16	Программные продукты для бизнес-планирования	4			4		6	[5, 9, 16, 20]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСПС
17	Финансовый офис предприятия				12	6		[5]	Реферат по заданным темам
18	Проектный офис	2			2			[5]	
19	Реализация бизнес-проекта	2					6	[5]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСПС
	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ	24			18	6	12		
20	CRM-приложения в автоматизации принятий решений	2			2			[5]	

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции			ЛЗ
21	СЭД в автоматизации принятий решений	2			6			[5, 17]	
22	Бизнес-офис в корпоративных ИС	4			2			[5, 12]	
23	Эволюция бизнес-офиса в производственных КИС	4						[5, 11, 15]	
24	Информационные системы в управлении эффективностью бизнеса				2	4		[5, 10, 15]	Реферат по заданным темам
25	Управление инфраструктурой ИС	2			2			[5, 7]	
26	Примеры модулей бизнес-офиса в КИС	4			10		6	[5, 15]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСПС
27	Создание бизнес-офиса КИС в странах СНГ					4		[5, 15]	Реферат по заданным темам
28	Сетевое предприятие	4			2			[5, 11, 20]	
29	Корпоративные информационные порталы предприятий	2					4	[17, 20]	Отчет по лабораторным работам, вынесенным на УСПС
30	Интеллектуальный офис	2						[17]	
	ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ	26			26	8	10		
	Всего часов	114			110	26	32		Экзамен, зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

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 час 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, изучение необходимой литературы по темам учебной программы, подбор необходимой информации в дополнительной литературе;
- углубление и расширение лекционного материала за счет изучения специальной и дополнительной литературы и консультаций;
- подготовка к лабораторным занятиям;
- подготовка к формам контроля знаний (контрольные задания, тесты);
- подготовка к формам текущей аттестации (зачету, экзамену).

Требования к курсовой работе

Целью курсовой работы является приобретение студентом практических навыков создания бизнес-офиса организации (предприятия) и моделирования реализации конкретного инвестиционного проекта на основе применения специального программного обеспечения.

1. Тема работы.

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 и их анализ представляются в третьем разделе 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, в том числе, и актуальные информационные ресурсы глобальной сети, по применению ИКТ и построению ИС на предприятии, описание программ подготовки управляющей информации для принятия решений на предприятии.

Примерное количество часов, отведенных на подготовку курсовой работы, составляет 40 часов.

ЛИТЕРАТУРА

К разделу «Интернет-маркетинг»

Основная:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" (уровень бакалавриата) / М. В. Акулич. - Москва: Дашков и К, 2017. - 347 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. - Минск : БГЭУ, 2020. - 541 с. : ил. - (Учебник БГЭУ).
3. Баркович, А. А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация: учебное пособие по интернет-лингвистике / А. А. Баркович. - 4-е изд., стер. - Москва: Флинта : Наука, 2017. - 285, [1] с.
4. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг: учебник для направления бакалавриата "Менеджмент" / М. Д. Твердохлебова; Российский экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва: КНОРУС, 2020. - 190 с.

Дополнительная:

5. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (дата обращения: 22.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.
6. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818952> (дата обращения: 22.03.2022). – Режим доступа: по подписке.
7. Зорина Т.Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Маркетинг". - Минск: БГЭУ, 2020. - 399, [1] с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / [пер. с англ. И. Малкова; под науч. ред. С.Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / пер. с англ. [Т.В. Виноградовой, А.А. Чех, Л.Л. Царук ; ред. М. Суханова]. - 10-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 209, [1] с.
10. Куневич О.В. Маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / М-во образования Респ. Беларусь,

Белорус. нац. техн. ун-т, Каф. "Инженерная экономика". - Минск: БНТУ, 2020. - 45, [1] с.

11. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: [технологии продвижения в интернете] / [пер. с англ. М. Хорошиловой]. - Москва: Бомбора, 2020. - 219, [1] с.

12. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (дата обращения: 22.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

13. Ромат Е.В. Маркетинговые коммуникации: [учебник для студентов, обучающихся по направлениям 38.06.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.06 "Торговое дело", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.05 "Медиакоммуникации" и др.]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. - 495 с.

14. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2019. - 352 с. - (Наука). -ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027551> (дата обращения: 22.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

15. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас: Практическое руководство / Загребельный Г.В., Боровик М.Ю., Меркулович Т.В. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 270 с.: ISBN 978-5-9614-5816-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003527> (дата обращения: 22.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

К разделу «Бизнес-офис организации (предприятия)»

Основная:

1. Майоров, Е. Е. Корпоративные информационные системы: учебник [по направлениям "Менеджмент", "Экономика" и др.] / Е. Е. Майоров, И. С. Таюрская ; [Университет при МПА ЕврАзЭС], Фак. экон. и тамож. дела, Каф. математики и информационных технологий. - Санкт-Петербург: Издательство Университета при МПА ЕврАзЭС, 2020. - 467, [2] с.: ил. - (Учебники Университета при МПА ЕврАзЭС ; вып. 1).

2. Акперов, И. Г. Информационные технологии в менеджменте: учебник: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / И. Г. Акперов, А. В. Сметанин, И. А. Коноплева. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 399, [1] с. - (Высшее образование. Бакалавриат).

3. Ельсуков, В. П. Бизнес-планирование: (с электронным приложением) : пособие для студентов учреждений высшего образования, осваивающих образовательную программу 1 ступени высшего образования по специальности 1-26 02 01 "Бизнес-администрирование" / В. П. Ельсуков ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса БГУ. - Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. - 242, [1] с.

4. Петрова, Е. А. Информационный менеджмент: учебник / Е. А. Петрова, Е. А. Фокина. - Санкт-Петербург: Лань, 2019. - 141 с.: ил. - (Бакалавриат).

Дополнительная

5. Гулин, В. Н. Эволюция информатизации предприятий: сборник статей / В. Н. Гулин. – Минск: Мисанта, 2017. – 171 с.

6. Концепция Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года / Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>.

7. Балдин, К. В. Информационные технологии в менеджменте / К. В. Балдин. – М.: Academia, 2018. – 203 с.

8. Граничин, О. Н. Информационные технологии в управлении: учебное пособие / О. Н. Граничин, В. И. Кияев. – М., Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 400 с.

9. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров / И. А. Дубровин. – 2-е. изд. – М.: Дашков и К, 2017. – 432 с.

10. Галиева, Н.В. Информационные технологии в управлении: учебник для вузов / Н.В. Галиева, Ж.К. Галиев. – М.: МИСИС, 2020. – 172 с.

11. Одинцова, Б.Е. Информационные ресурсы и технологии в экономике: учебное пособие / под ред. Б.Е. Одинцова, А.Н. Романова. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. – 462 с.

12. Ивасенко, А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, А.Ю. Гридасов, В.А. Павленко. – М.: КноРус, 2018. – 288 с.

13. Кучуганов, В.Н. Информационные системы: методы и средства поддержки принятия решений: учебное пособие / В.Н. Кучуганов, А.В. Кучуганов. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 247 с.

14. Глазкова, И.Ю. Информационные технологии в бизнес-планировании: лабораторный практикум / И.Ю. Глазкова, Д.Г. Ловянников. – Ставрополь: СКФУ, 2017. – 98 с.

15. Коканова, Р.А. Компьютерные информационные технологии в документационном обеспечении управления. Учебное пособие / Р.А. Коканова, А.Ф. Климова. – М.: КноРус, 2018. – 288 с.

16. Венделева, М.А. Информационные технологии в управлении: учебное пособие для бакалавров / М.А. Венделева, Ю.В. Вертакова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 462 с.
17. Романов, А.Н. Информационные ресурсы и технологии в экономике: учебное пособие / под ред. А.Н. Романова. – М.: Вузовский учебник, 2018. – 319 с.
18. Лашина, М.В. Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге: учебное пособие / М.В. Лашина, Т.Г. Соловьев. – М.: КноРус, 2018. – 480 с.
19. Саак, А.Э. Информационные технологии управления: учебник / А.Э. Саак. – СПб.: Питер, 2018. – 319 с.
20. Светлов, Н.М. Информационные технологии управления проектами: учебное пособие / Н.М. Светлов, Г.Н. Светлова. – М.: Инфра-М., 2018. – 192 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

<p style="text-align: center;">Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование</p>	<p style="text-align: center;">Название кафедры</p>	<p style="text-align: center;">Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине</p>	<p style="text-align: center;">Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)</p>
<p>Геоинформационные системы</p>	<p>Информационных технологий</p>	<p style="text-align: center;">Предложений нет <i>С.М.</i> М.Н.Садовская</p>	<p style="text-align: center;">Протокол № 9 от 25.02.2022 г.</p>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической информатики (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

к.э.н. _____ А.М. Зеневич
(ученая степень, ученое звание) (подпись)
(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
цифровой экономики

к.э.н., доцент _____ Д.А. Марушко
(ученая степень, ученое звание) (подпись)
(И.О. Фамилия)