

# ДИСЦИПЛИНА «НОВЫЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ»

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Автор программы:

*Савченко И.В., доцент;*

*Буянов Е.В., м.н.с.;*

*Гераськин Д.В.*

## ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, из которых 52 академических часа составляет контактная работа с преподавателем, из них 28 академических часов – общая аудиторная работа, 24 академических часа – индивидуальная аудиторная работа, 56 академических часов составляет самостоятельная работа студента магистратуры

Название раздела/темы	Трудоемкость (в академических часах) по видам работ			
	Всего	Контактная работа с преподавателем		Самостоятельная работа студента, часы
		Аудиторная работа общая, часы	Аудиторная работа индивидуальная, часы	
Тема 1. ИТ в структуре управления компанией		4	4	12
Тема 2. Маркетинговые исследования в Интернете		4	4	12
Тема 3. Бизнес в Интернете		4	4	12
Тема 4. ИТ для маркетинга, Интернет-маркетинг		4	4	10
Тема 5. Прикладные аспекты использования Интернета в бизнесе		4	4	
Тема 6. Социальные сети		4	4	
Промежуточная аттестация: (защита проекта)				10
<b>Всего</b>		<b>28</b>	<b>24</b>	<b>56</b>

## СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. ИТ в структуре управления компанией

- Эволюция информационных систем, технологий и информационного менеджмента
- Основные принципы использования информационных систем для управления компанией.
- Изменения технологий управления и бизнес-процессов в компании, связанные с применением информационных систем.

#### Основная литература:

1. Информационные системы и технологии управления. /Под ред. Г.А.Титоренко. М.: Юнити-Дана, 2010.
2. Савченко И.В. Управление предприятием с использованием информационных систем. М.: МАКС Пресс, 2011

#### Дополнительная литература:

Митясова Е.А., Савченко И.В., Комплекс маркетинга на рынке корпоративных IT-решений. Индустриальный и b2b маркетинг, № 4, 2010.

### Тема 2. Маркетинговые исследования в Интернете

- Использование web-аналитики
- Использование поисковых систем в бизнесе

#### Основная литература:

Франкс Б. Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики. М.: Альпина Пабlishер, 2016.

### Тема 3. Бизнес в Интернете

- Понятие интернет-бизнеса.
- Электронная коммерция.
- Бизнес в интернете и интернет бизнес

#### Основная литература:

Тиль П., Мастерс Б. От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее. М.: Альпина Пабlishер, 2016.

#### Дополнительная литература:

Идеи бизнеса. <http://www.ideibiznesa.org/internet>

### Тема 4. ИТ для маркетинга, Интернет-маркетинг

- Возможности новых технологий для современного маркетинга
- Эволюция интернет-маркетинга

#### Основная литература:

Кокрум Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

#### Дополнительная литература:

Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. СПб: Питер, 2016

### Тема 5. Прикладные аспекты использования Интернета в бизнесе

- Тренды в интернете
- Современные сервисы, использование которых помогает сделать бизнес эффективнее.

#### Основная литература:

Евдокимов Н., Лебединский И. Раскрутка веб-сайта. Практическое руководство. М.: Вильямс, 2011.

#### Дополнительная литература:

Стартап-гайд. Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес. М.: Альпина Пабlishер, 2016

### Тема 6. Социальные сети

- Понятие социальных сетей и WEB 2.0.
- Социальные графы.

- Маркетинг в социальных сетях (SMM).

**Основная литература:**

Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

**Дополнительная литература:**

Сенаторов А. Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство. М.: Альпина Паблишер, 2016

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература:**

1. Евдокимов Н., Лебединский И. Раскрутка веб-сайта. Практическое руководство. М.: Вильямс, 2011.
2. Информационные системы и технологии управления. /Под ред. Г.А.Титоренко. М.: Юнити-Дана, 2010.
3. Кокрум Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
4. Олейник П.П. Корпоративные информационные системы. СПб: Питер, 2012
5. Питеркин С.В., Оладов Н.А., Исаев Д.В. Точно вовремя для России. Практика применения ERP-систем. М.: Альпина Паблишер, 2010
6. Савченко И.В. Управление предприятием с использованием информационных систем. М.: МАКС Пресс, 2011
7. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
8. Франкс Б. Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики. М.: Альпина Паблишер, 2016.

**Дополнительная литература:**

1. Гаврилов Д.А. Управление производством на базе стандарта MRP II. СПб: Питер, 2008
2. Карр Николас Дж. Блеск и нищета информационных технологий: Почему ИТ не являются конкурентным преимуществом М.: Издательский дом «Секрет фирмы», 2009
3. Карр Николас Дж. Пустышка. Что интернет делает с нашими мозгами. М.: BestBusinessBook, 2012
4. Липунцов Ю. П. Управление процессами. Методы управления предприятием с использованием информационных технологий. М.: ДМК Пресс, Компания АйТи, 2003.
5. Митясова Е.А., Савченко И.В., Комплекс маркетинга на рынке корпоративных IT-решений. Индустриальный и b2b маркетинг, № 4, 2010.
6. Румянцев Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Новые практики и технологии. СПб: Питер, 2016
7. Самуйлов К., Чукарин А., Яркина Н. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении современной инфокоммуникационной компанией. М.: Альпина Паблишер, 2016
8. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. СПб: Питер, 2016
9. Сенаторов А. Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство. М.: Альпина Паблишер, 2016
10. Стартап-гайд. Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес. М.: Альпина Паблишер, 2016
11. Тиль П., Мастерс Б. От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее. М.: Альпина Паблишер, 2016.
12. Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon. Management Information Systems. Prentice-Hall International, Inc., 2009.

### Интернет-ресурсы:

1. Анатомия бизнеса. <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/smm-prodvizhenie-v-sots-setyakh/socialnye-seti-dlya-biznesa-lichnyj-opyt>
2. Идеи бизнеса. <http://www.ideibiznesa.org/internet>
3. Pro-Бизнес. <http://p-business.ru/category/internet-biznes/>
4. ИП. Информ. <http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/biznes-v-internete/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>
5. Дела житейские. <http://www.onlinehomebusiness.ru>

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии: компьютерные симуляции, деловые игры, разбор конкретных ситуаций, В рамках курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов. Портал «on.econ» используется для размещения материалов дисциплины.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### А. Порядок формирования оценок по дисциплине

Максимальные значения баллов, которые студент может получить за выполнение формы проверки знаний:

Тип контроля	Баллы
Домашнее задание 1. Маркетинговый анализ с использованием ИТ инструментов	20
Домашнее задание 2. Описание бизнес-модели выбранного объекта анализа. Построение тренд-канвы.	40
Работа на семинарах	30
Финальный проект «Разработки стратегии продвижения проекта»	60

Оценка по курсу выставляется, исходя из следующих критериев:

Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<i>Отлично</i>	127,5	150
<i>Хорошо</i>	97,5	127,4
<i>Удовлетворительно</i>	60	97,4
<i>Неудовлетворительно</i>	30	59,9

### В. Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине

Тема финального проекта согласовывается с преподавателем. Проект выполняется группой не более 3х человек. Формат – презентация результатов анализа (в электронном виде и твердая копия). Оценка – максимум 60 баллов.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Домашнее задание 1**

- 1) Необходимо предоставить отчет: информация о текущих покупателях продукта и соотнесение их с посетителями сайта; о самом продукте; о текущих конкурентах продукта, моделях их работы и маркетинга.
- 2) Сделайте выводы и предложения по работе с покупателями:
  - а. работа с текущими посетителями сайта
  - б. привлечение новых типов посетителей или изменение схемы привлечения старых
  - с. работа с потенциальными покупателями - повторные продажи.

### **Домашнее задание 2**

- Необходимо доказать возможность заработать на идее или наоборот, «похоронить» ее.
- Необходимо рассмотреть не менее трех трендов.

### **Финальный проект**

Проработать проект так, чтобы в ближайшее время вы смогли бы его запустить.

### **Критерии оценки домашних заданий и финального проекта:**

- Аргументированность и логичность презентации
- Наличие необходимых данных для анализа и их использование
- Обоснованность выводов

**Авторы программы:**

*Савченко И.В., Буянов Е.В., Гераськин Д.В.*