

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

 В.Н.Шимов

“ 31 ” 10 2017 г.

Регистрационный № УД 3366-1Ауч.

БИЗНЕС-ОФИС ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ) И ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГ

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

СОСТАВИТЕЛЬ:

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

Подгорная Г.Н., ассистент кафедры экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической информатики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 29.09.2017);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 1 от 19.10.2017);

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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

Задача изучения 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 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 студенты должны:

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;

иметь навыки:

- 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 учебной дисциплины предполагает знание студентами основ работы с сетью Интернет, баз данных, системного анализа. Для успешного освоения дисциплины студенты должны изучить курсы «Компьютерные информационные технологии» и «Системный анализ». Учебная дисциплина тесно связана с учебной дисциплиной «Информационный менеджмент и реинжиниринг бизнес-процессов», расширяет и дополняет его.

Всего часов по учебной дисциплине 444, из них всего часов аудиторных 224. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 114 часов – лекции, 110 часов – лабораторные занятия. Текущая форма аттестации – экзамен, зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ – СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тенденции развития информационных технологий. Понятие экономической эффективности информационных систем (ИС). Взаимосвязь миссии предприятия и возлагаемых на информационные технологии (ИТ) задач. Роль ИС в обеспечении конкурентоспособности современного предприятия. Стратегия развития ИТ в соответствии с рыночной политикой предприятия. Понятие ИТ-сервиса. Функциональные области управления ИТ-службой. Понятие СЮ-менеджмента. Системы BPM (управление эффективностью бизнеса). Сервис-ориентированная архитектура ИС (Service-oriented architecture, SOA).

Тема 2. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИТ-ПРОЕКТОВ

Обзор методологий обоснования экономических преимуществ ИС. Классификация методов обоснования экономической эффективности ИС. Оценки эффективности ИТ-инвестиций на уровне предприятий. Финансовые методы оценки эффективности ИТ-проектов. Метод добавленной экономической стоимости. Совокупный экономический эффект (Total Economic Impact). Методика быстрого экономического обоснования REJ. Потребительский индекс эффективности ИС. Метод сбалансированных оценочных показателей (Balanced Scorecard). Вероятностные методы оценки эффективности ИТ-проектов. Эвристические методы оценки эффективности ИТ-проектов.

Тема 3. МОДЕЛИ УЧЕТА И АНАЛИЗА ЗАТРАТ НА ИС

Методика совокупной стоимости владения (ССВ). Основы модели ССВ. Бюджетные и небюджетные затраты на ИС. Методика расчета ССВ инфраструктуры ИС. Диаграммы ССВ. Инструментальные средства расчета ССВ. Понятие ССВ услуг ИС. Использование модели ССВ в управлении. Оценка перспективности инвестиций в ИТ по методике TVO. Калькуляторы совокупной стоимости владения. Функционально-стоимостной анализ ИС. Функционально-стоимостное моделирование ТСО.

Тема 4. КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА ПРОЦЕССОВ ИТ-СЛУЖБЫ

Понятие СЮ-менеджмента. Структура службы автоматизации предприятия. Функциональные обязанности ИТ-менеджеров всех уровней. Ответственность менеджеров в области ИТ. Схема бизнес-процессов предприятия. Роль ИС в обеспечении конкурентоспособности современного предприятия. Роль ИС в принятии управленческих решений и управлении производством. Общие сведения о библиотеке ИТЛ. Классификация ИТ-сервисов. Процессы поддержки ИТ-сервисов. Процессы предоставления ИТ-сервисов. Соглашение об уровне сервиса.

Тема 5. РЕШЕНИЯ ПО УПРАВЛЕНИЮ ИС

Модель информационных процессов ITSM Reference Model фирмы Hewlett Packar. Программные решения HP Open View. Методология Microsoft по эксплуатации ИС. Методики управления ИТ-системами.

Тема 6. УРОВНИ ЗРЕЛОСТИ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ

Модель IT Service Capability Maturity Model – Модель Зрелости предоставления ИТ – услуг. Модели зрелости Gartner, IBM, Microsoft. Стратегическое управление зрелостью ИТ-процессов. Оптимизация ИТ-инфраструктуры предприятий. Концепция IOI (Infrastructure Optimisation Initiative).

Тема 7. МЕТОДИКИ АУДИТА ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ИТ

Методики измерители показателей результативности. Функции международной организации ISACA (Information Systems Audit and Control Association & Foundation). Стандарт COBIT. Стандарт ISO 2000. Риски предоставления ИТ-услуг. Понятие ИТ-аудита. Специализированные инструментальные средства ИТ-аудита. Концепция управления рисками инвестиционных проектов.

Тема 8. УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЯМИ В ИТ

Закон Клингера-Козна. Система отчетности федеральных предприятий. Форма Exhibit 300. Методология ITIM. Методология IT Governance. Методика Val IT. Методология FEA. Средства оценки преимуществ использования ИС. Возможности средств методологии BSC. Методология Microsoft Balanced Scorecard Framework. Программы QPR7 ScoreCard, BSC Designer, основанные на методологии BSC. Проект по сопоставлению финансовых и нефинансовых показателей.

Тема 9. ТЕСТИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ИС

Модели уровней зрелости предприятия. Стандарты оценки производительности ИС. Стандарты оценки качества ИТ. Управление производительностью ИС. Тестирование производительности компонентов ИС. Современные стандарты и модели диагностики функционирования ИС (COCOMO, метод функциональных точек, архитектура ИТ: модель Захмана, 3D-предприятие, методология TOGAF (The Open Group Architecture Framework), методология Gartner). Сайзинг по производительности ИС. Оценка функциональности и трудоемкости ИТ-проектов. Формирование цен на программное обеспечение и услуги.

Тема 10. КАЛЬКУЛЯТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИС

Концепция стоимостного анализа Value Engineering SAP. Калькулятор эффективности. Расчет качественных эффектов. Обоснование выбора ИС. Системы анализа функциональных показателей.

Тема 11. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ИТ-ПРОЕКТОВ

Средства оценки инвестиций. Характеристика ИТ-проекта. Оценка финансовых показателей инвестиционного ИТ-проекта. Фактор времени и оценка потоков платежей. Ключевые показатели эффективности. Расчет ожидаемых эффектов проекта. Автоматизация расчета финансовых операций. Методы количественного анализа риска ИТ-проектов. Управление внедрением информационных систем. Методология внедрения. Стандарты управления проектами. Методология внедрения MSF.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-ОФИС ОРГАНИЗАЦИИ
(ПРЕДПРИЯТИЯ) И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Особенности маркетинговой деятельности с использованием Интернет-технологий	6			6			[1-17]	
2	Функции и структура службы Интернет-маркетинга в организации (на предприятии)	8			8			[1, 4]	
3	Web-сайт организации (предприятия) как основной инструмент Интернет-маркетинга	8			8			[1-17]	
4	Техническое задание на разработку сайта	8			8			[1-17]	
5	Классификация рекламы в Интернет-среде	8			8			[2-3, 11]	
6	Поисковый Интернет-маркетинг	6			8			[1-17]	
7	Связи с общественностью и их роль в Интернет-маркетинге	6			6			[1-5, 11-17]	Контрольное задание на компьютере
8	Введение в бизнес-офис организации (предприятия)	2			-			[1-17]	
9	Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)	2			-			[1-17]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	Понятие бизнес-офиса организации (предприятия)	2			-			[1-17]	
11	Теоретические основы создания бизнес-офиса	2			-			[1-4, 8-14]	
12	Архитектура бизнес-офиса организации (предприятия)	2			-			[]	
13	Информационные системы менеджмента	2			-				
14	Проектирование бизнес-офиса организации (предприятия)	2			-				
15	Цели и задачи бизнес -планирования	2			-				
16	Программные продукты для бизнес-планирования	4			10				
17	Финансовый офис предприятия	6			12				
18	Проектный офис	2			2				
19	Реализация бизнес-проекта	2			6				Контрольное задание на компьютере
20	CRM-приложения в автоматизации принятий решений	2			2				
21	СЭД в автоматизации принятий решений	2			6				
22	Бизнес-офис в корпоративных ИС	4			-				
23	Эволюция бизнес-офиса в производственных КИС	4			-				
24	Информационные системы в управлении эффективностью бизнеса	4			-				
25	Управление инфраструктурой ИС	2			-				
26	Примеры модулей бизнес- офиса в КИС	4			16				

27	Создание бизнес-офиса КИС в странах СНГ	4			-				
1	2	2	4	5	6	7	8	9	10
28	Сетевое предприятие	4			-				
29	Корпоративные информационные порталы предприятий	2			4				Контрольное задание на компьютере
30	Интеллектуальный офис				-				
	Всего часов	114			110				Экзамен

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

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 1,5-2 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);
- подготовка к экзамену.

Литература

Основная:

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 Слиньков, Д.Г. Управленческий учет: постановка и применение / Д.Г. Слиньков. – С.-Пб.: 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. / С.А. Харитонов. – М.: ООО «1С-Пабблишинг»; 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.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) ¹
Экономическая эффективность информационных систем	Экономической информатики	нет <i>С. В. Келер</i>	<i>совещание 24.05.2016 протокол № 9</i>
Бизнес-анализ	Экономической информатики	нет <i>С. В. Келер</i>	<i>совещание 20.05.2013 протокол № 11</i>

¹ При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО.

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., доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

И.В.Хмельницкая
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

к.э.н., доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

Е.В.Петриченко
(И.О.Фамилия)