

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А.В. Данильченко

30 октября 2014г.

Регистрационный № УД-1136/р.

БИЗНЕС-ОФИС ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ) И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине

для специальности:

1-25 01 12 Экономическая информатика

Факультет экономический
Кафедра экономической информатики
Курсы 2, 3, 4
Семестры 4, 5, 6, 7

Лекции 114

Экзамен 5, 7

Практические (семинарские)
занятия –

Зачет 4, 6

Лабораторные
занятия 110

Курсовая работа (проект) 5

КСР –

Аудиторных часов по учебной
дисциплине 224

Форма получения высшего
образования очная

Всего часов по учебной
дисциплине 516

Составила: О.В. Косарь

2014 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 12-2013, УП 1-25 01 12, рег. № Е 25-201/уч. от 30.05.2013

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой экономической информатики

28.08.2014г., протокол № 1

Заведующий кафедрой

_____ Д.А. Марушко

Одобрена и рекомендована к утверждению Учебно-методической комиссией экономического факультета

28.08.2014г., протокол № 1

Председатель

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа «Бизнес-офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг» разработана для студентов специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика».

Базой для изучения данного курса являются дисциплины "Компьютерные информационные технологии", "Информационный менеджмент и реинжиниринг бизнес-процессов", изучаемые в предыдущих семестрах.

Курс «Бизнес-офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг» ориентирован на получение студентами знаний о технологиях подготовки управляющей информации на предприятии, 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 «Бизнес – офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг» рассматривается электронный офис для обеспечения информацией процесса принятия решений на предприятии, а также методы и способы создания корпоративного сайта.

Предметом курса «Бизнес-офис организации (предприятия) и интернет-маркетинг» является изучение инструментальных средств принятия решений на предприятии, методов создания на базе этих средств электронного бизнес-офиса организации (предприятия).

Целью курса является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по применению ИКТ для управления бизнесом. В процессе изучения курса студенты знакомятся с основными тенденциями информатизации на предприятии, овладевают навыками самостоятельной ориентации в рынке программных продуктов анализа финансового состояния организации (предприятия), формирования планов маркетинга и бизнес-планов с помощью информационных технологий.

Основной задачей изучения дисциплины является подготовка студентов к использованию специализированного программного обеспечения для проведения маркетинговых исследований, составления бизнес-плана и его оценки.

В процессе изучения 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 сайта;

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 маркетинговых кампаний 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 курса «Бизнес-офис организации (предприятия) и Интернет-маркетинг» рассчитано на 516 часов, из них аудиторных часов – 224, в том числе 114 часов – лекции, 110 часов – лабораторные занятия.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в предмет

Предмет курса «Бизнес-офис предприятия». Объект курса – 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 ИКТ принятия решений на предприятии.

Тема 2. Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)

Конкуренция в основной деятельности как основной фактор совершенствования управления информационными ресурсами 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 3. 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: автоматизация электронного документооборота (система электронного документооборота – СЭД), управление проектами, получение управляющей информации на базе CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) – технологий, диагностика финансового состояния предприятия, составление бизнес-планов и т.д.

Тема 4. 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 5. Факторы формирования информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Изменения в бизнес-среде (глобализация, трансформации предприятий, переход к информационному обществу, появление виртуальных предприятий) и их влияние на эволюцию информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия). Типы информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия).

Внутренне обусловленные факторы (сложившаяся организационная структура, качество источников данных, способы их обработки и представления и т.п.). Внешне обусловленные факторы (конкурентная ситуация, требования международных стандартов, развитие технологий, потребностей рынка и т.п.). Ограничения по возможности доступа к необходимым информационным ресурсам и допустимый уровень неопределенности исходных данных. Особенности реализации процессного подхода в управлении.

Тема 6. Информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия) класса ERP

Характеристики ERP-стандартов и систем. Необходимость компьютеризированной поддержки основных этапов управленческого цикла «планирование-учет-контроль-регулирование». Локальные и

интегрированные информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия). Подсистемы проектирования продукции и технологических процессов, планирования производственной деятельности, управления логистикой, управления финансами, управления персоналом, управления затратами, управления проектами. CALS-технологии и системы. Перспективы развития ERP-систем.

Тема 7. Планирование создания и развития информационной системы бизнес-офиса организации (предприятия)

Классификация ИТ-стратегий. Основные этапы процесса планирования создания и развития информационной системы бизнес-офиса организации (предприятия). Оценка уровня использования информации и информационных технологий, формирование образа будущей информационной инфраструктуры бизнес-офиса организации (предприятия), разработка стратегического плана развития информационной инфраструктуры бизнес-офиса организации (предприятия).

Модели жизненного цикла (каскадная, спиральная). Подход быстрой разработки приложений или RAD (Rapid Application Development) – один из возможных подходов к разработке прикладного программного обеспечения информационной системы бизнес-офиса организации (предприятия) в рамках спиральной модели жизненного цикла. Выбор модели жизненного цикла в зависимости от специфики, масштаба, сложности проекта и специфики условий, в которых система создается и функционирует. Процессы жизненного цикла (основные, вспомогательные, организационные). Связи между процессами жизненного цикла информационной системы бизнес-офиса организации (предприятия).

Тема 8. Информационный аудит организации (предприятия)

Цели и задачи информационного аудита (анализ используемых ИТ-решений на соответствие требованиям бизнеса компании, оценка информационной системы предприятия на функциональную полноту и соответствие международным стандартам, анализ процессов разработки, внедрения, сопровождения и технической поддержки ИТ, снижение затрат на эксплуатацию информационных технологий). Варианты ИТ-аудита: технический ИТ-аудит, аудит ИТ-решений, аудит ИТ-персонала, анализ проектной документации, анализ результатов проектов.

Тема 9. Оценка качества информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Понятие и критерии оценки качества информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия). Стандарты оценки качества информационных систем и технологий. Методы оценки качества информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия).

Тема 10. Критерии выбора компонентов информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Формирование множества критериев выбора компонентов информационных систем бизнес-офиса организации (количество внедрений, качество локализации, функциональная полнота, учет отраслевой специфики и т.п.). Статистика и риски внедрений информационных систем бизнес-офиса.

Тема 11. Управление логистикой на основе информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Функциональные возможности информационных систем бизнес-офиса с точки зрения логистики. Автоматизация решения задач закупочной, производственной, распределительной, складской и транспортной логистики. Информационные системы бизнес-офиса как часть логистических информационных систем. Макрологистические, мезологистические и микрологистические информационные системы.

Информационные логистические потоки, каналы, системы.

Особенности логистических информационных потоков. Методы анализа и проектирования логистических информационных потоков. Классификация информационных ресурсов логистики. Реализация логистического подхода в информационных системах бизнес-офиса.

Тема 12. Управление финансами на основе информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Основные задачи и состав финансовой подсистемы. Планирование, учет и анализ финансов. Поддержка различных учетных периодов, гибкой структуры счетов, мультивалютности, нескольких планов счетов, финансовый учет со сквозной аналитикой и аудитом операций, бюджетирование и финансовое планирование, контроль исполнения

бюджетов, прогноз движения денежных средств, анализ ликвидности, контроль платежей, контроль кредиторской и дебиторской задолженности.

Тема 13. Реализация проекта по внедрению информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)

Особенности проектов по внедрению информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия). Определение целей, границ, областей действия, ресурсов, подразделений, ключевых бизнес-процессов, подсистем, связанных с реализацией проекта. Организация предпроектного обследования, разработка и утверждение регламентирующих документов проекта. Определение потребности в компонентах информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия), оценка и выбор (либо заказ на разработку) компонентов информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия), выполнение пилотного проекта, собственно внедрение.

Тема 14. Оценка эффективности инвестиций в информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия)

Проблемы оценки эффективности инвестиций в информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия). Финансовые и нефинансовые методы оценки. Традиционные (период возврата, чистая приведенная стоимость, внутренняя норма рентабельности, возвратность инвестиций) и инновационные (экономическая добавленная стоимость, метод реальных опционов, совокупная стоимость владения, система сбалансированных показателей) методы оценки.

Тема 15. Предприятие как развивающийся бизнес

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

Классификация программных продуктов по созданию бизнес-офиса: управление проектами, СЭД, CRM-приложения, диагностика финансового состояния предприятия, построение бизнес-планов, корпоративные порталы и т.д.

Программные продукты создания СЭД. Программные продукты на базе CRM-технологий. Роль бизнес-планирования в управлении предприятием.

Тема 16. 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.

Тема 17. Этапы разработки инвестиционного проекта

Цель деятельности 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.

Методы анализа и оценки рисков проекта. Понятие неопределенности и ее влияние на проект. Использование теории нечетких множеств для оценки рисков проекта.

Тема 18. 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.

Тема 19. Структура программы для бизнес - планирования

Блок моделирования. Блок генерации финансовых документов. Блок анализа. Блок контроля процесса реализации проекта. Блок генератора отчетов.

Тема 20. Расчет финансовых показателей в программе для бизнес - планирования

Коэффициент текущей ликвидности (CR). Коэффициент срочной ликвидности (QR). Чистый оборотный капитал (NWC). Коэффициент

оборачиваемости дебиторской задолженности (CP). Период оборачиваемости кредиторской задолженности (CRR). Коэффициент рентабельности активов (ROI). Рентабельности собственного капитала (ROE).

Тема 21. Расчет показателей эффективности проектов в программе для бизнес - планирования

Чистый приведенный доход (NVP). Индекс рентабельности проекта (PI). Внутренняя норма дохода (IRR). Период окупаемости инвестиций (PB). Средняя норма рентабельности (ARR).

Тема 22. Разработка бизнес-плана в программе для бизнес-планирования

Основные разделы бизнес-плана. Разделы бизнес-плана, разрабатываемые в программе для бизнес-планирования.

Расчет потребного капитала и источников финансирования. Финансовый план. Определение направления проекта. Расчет эффективности проекта. Исследование рисков.

Тема 23. Менеджмент ИТ-проектов

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.

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) – диаграмм. План проекта и его разделы. Программные продукты разработки планов ИТ-проектов.

Тема 24. Бизнес-офис в архитектуре ИС

Этапы создания ИС на предприятии: локальная ИС, комплексная ИС, корпоративная ИС. Модули обработки различных видов информации в ИС.

Оперативная, тактическая и стратегическая информация в комплексных ИС. Примеры получения управляющей информации на основе учетной информации: бюджетное управление предприятием, оценка собственных затрат, оценка уровня спроса для формирования цены.

Примеры модулей бизнес-офиса: управление производством, логистикой, специальные средства для руководителя, финансовое планирование, управление платежами, контроль за возникновением и погашением обязательств предприятия, анализ выполнения планов.

СЭД как средство автоматизации процесса решений. Функциональные возможности MS Office при создании СЭД. Функции СЭД в автоматизации бизнес-процессов предприятия. Workflow-системы.

Тема 25. Бизнес-офис в корпоративных ИС

Достоинства и недостатки комплексных 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.

Понятие базовых концепций корпоративных ИС. Реализация бизнес-стратегии в базовых корпоративных ИС. Историческое изменение бизнес-стратегий в условиях рыночной экономики.

Функциональные модули бизнес-офиса в корпоративной ИС (бизнес-планирование; планирование производства; планирование потребностей в материальных ресурсах; прогнозирование; управление проектами и программами и т.д.)

Корпоративные ИС. Порталы корпоративных ИС. Особенности применения бизнес-офиса корпоративных ИС в странах СНГ.

Тема 26. Сетевое предприятие

Понятие о сетевых предприятиях. Структура сетевого предприятия. Производственный цикл сетевого предприятия. Этапы построения сетевого предприятия. Примеры сетевых предприятий. Базы знаний сетевых предприятий.

Корпоративные информационные порталы и порталы знаний. Средства управления корпоративной информацией (enterprise content management, ECM). Программное обеспечение бизнес-аналитики.

Тема 27. Бизнес-офис в ИС управления эффективностью бизнеса

Понятие об ИС управления эффективностью бизнеса (BPM – Business Performance Management). Приложения для управления стратегией и

финансовой эффективностью: бюджетирования, модели мониторинга и контроля исполнения, управление рентабельностью и т.д.

Понятие интеллектуального анализа данных. Экономические зависимости и их свойства. Построение регрессионных моделей для принятия управленческих решений. Прогнозирование временных рядов. Построение трендовых моделей.

Тема 28. Основы интернет-маркетинга

Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге. Основные составляющие интернет-маркетинга.

Основные понятия, связанные с процессом разработки веб-сайтов. Основные понятия, связанные с процессом модернизации веб-сайтов. Основные понятия, связанные с процессом продвижения объектов рынка в Интернете. Альтернативные способы представления объекта рынка в интернете.

Тема 29. Комплексный подход в интернет-маркетинге

Моделирование поведения участников рынка в Интернете. Методы экспертных оценок в Интернете. Ориентация на достижение целей в интернет-маркетинге.

Тема 30. Контекстная и баннерная реклама

Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.

Баннерная реклама. Виды баннеров. Службы баннерного обмена.

Тема 31. Маркетинговые исследования в Интернет

Проведение маркетинговых исследований. Пассивные и активные исследования. Проблемы авторского права в Интернет.

Тема 32. Основы SEO-оптимизации

Понятие SEO, его история и развитие. Методы SEO-оптимизации.

Работа с внутренней оптимизацией. Внешнее окружение и его значение для сайта. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.

Тема 33. Оценка эффективности интернет-продвижения

Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы. Оценка эффективности баннерной рекламы.

Характеристика программных продуктов, позволяющих провести оценку эффективности интернет-продвижения.

Тема 34. Стратегии интернет-маркетинга

Формирование интернет-маркетинговых стратегий на основании ключевых факторов в зависимости от объекта продвижения. Этапы интернет-маркетинговых стратегий. Взаимосвязь жизненного цикла товара и используемых средств интернет-продвижения.

Тема 35. Вирусный маркетинг и нестандартные способы интернет-продвижения

Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.

Нестандартные способы интернет-продвижения как важный инструмент для продвижения нестандартных объектов рынка.

Тема 36. Специфика функционирования интернет-магазинов

Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет-магазинов. Специфика функционирования интернет-магазинов. Связь логистики и интернет-маркетинга.

Тема 37. Мобильный интернет-маркетинг

Сущность и содержание мобильной торговли. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. Развитие мобильной коммерции в Республике Беларусь.

SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов. Перспективы развития мобильной торговли.

Тема 38. Динамика и перспективы развития интернет-маркетинга

Перспективы развития интернет-маркетинга, информационных технологий, маркетинговых инструментов в Интернете. Успешность фирмы как результат тесной интеграции маркетинга и интернет-маркетинга.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Формы контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Управляемая самостоятельная работа	Иное	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Введение в предмет	2			-			
2.	Основы информатизации процесса принятия решений в организации (на предприятии)	2			-			устный опрос
3.	Понятие бизнес-офиса организации (предприятия)	2			-			устный опрос
4.	Теоретические основы создания бизнес-офиса	2			-			устный опрос
5.	Факторы формирования информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	4			2			тест
6.	Информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия) класса ERP	2			4			тест
7.	Планирование создания и развития информационной системы бизнес-офиса организации (предприятия)	2			-			устный опрос
8.	Информационный аудит организации (предприятия)	4			8			тест
9.	Оценка качества информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	2			4			тест
10.	Критерии выбора компонентов информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	4			2			тест
11.	Управление логистикой на основе информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	4			8			тест
12.	Управление финансами на основе информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	2			4			тест

13.	Реализация проекта по внедрению информационных систем бизнес-офиса организации (предприятия)	4			4		тест
14.	Оценка эффективности инвестиций в информационные системы бизнес-офиса организации (предприятия)	4			4		тест
15.	Предприятие как развивающийся бизнес	6			6		тест
16.	Цели и задачи бизнес-планирования	2			-		устный опрос
17.	Этапы разработки инвестиционного проекта	2			-		устный опрос
18.	Программные продукты для бизнес-планирования	2			4		тест
19.	Структура программы для бизнес-планирования	2			2		тест
20.	Расчет финансовых показателей в программе для бизнес-планирования	2			2		устный опрос
21.	Расчет показателей эффективности проектов в программе для бизнес-планирования	2			2		устный опрос
22.	Разработка бизнес-плана в программе для бизнес-планирования	2			4		тест
23.	Менеджмент ИТ-проектов	4			8		тест
24.	Бизнес-офис в архитектуре ИС	4			6		тест
25.	Бизнес-офис в корпоративных ИС	4			8		тест
26.	Сетевое предприятие	2			2		тест
27.	Бизнес-офис в ИС управления эффективностью бизнеса	2			2		тест
28.	Основы интернет-маркетинга	6			2		тест
29.	Комплексный подход в интернет-маркетинге	4			2		устный опрос
30.	Контекстная и баннерная реклама	4			4		тест
31.	Маркетинговые исследования в Интернет	4			4		тест
32.	Основы SEO-оптимизации	4			2		устный опрос
33.	Оценка эффективности интернет-продвижения	6			4		тест
34.	Стратегии интернет-маркетинга	2			-		устный опрос
35.	Вирусный маркетинг и нестандартные способы интернет-продвижения	2			2		устный опрос
36.	Специфика функционирования интернет-магазинов	2			2		устный опрос

37.	Мобильный интернет-маркетинг	2			-			устный опрос
38.	Динамика и перспективы развития интернет-маркетинга	2			2			тест
	ВСЕГО	114			110			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алексунин В.А, Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2006.
2. Алиев В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert. Учеб. пособие. – М. : ФОРУМ, ИНФРА-М, 2010.
3. Ашманов И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. – СПб.: Питер, 2009.
4. Баронов В.В. Информационные технологии и управление предприятием. – М.: Компания АйТи, 2006.
5. Беспалов Р.С. Инструментарий разработчика бизнес-процессов. – М.: Акцион-Медиа, 2006.
6. Гулин В.Н. Бизнес-офис предприятия. Учебное пособие. – Мн. БГЭУ, 2004.
7. Гулин В.Н. 1С:Предприятие 8.1. Практическое пособие – Мн.: Дикта, 2010.
8. Мишин В.М. Исследование систем управления. Учебник для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2012.
9. Никитин А.В., Рачковская И.А., Савченко И.В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2007. (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова).
10. Романов А.Н. Информационные системы в экономике. Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2009.
11. Титоренко Г.А. Информационные системы и технологии управления. Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012.
12. Трофимов В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: Учебник для вузов – М.: Юрайт, 2009.
13. Экономическая информатика: введение в экономический анализ информационных систем: Учебник. – М. Инфра-М, 2005.
14. Юрасов А.В., Иванов А.В. Интернет-маркетинг. Учебное пособие. – М.: Горячая линия-Телеком, 2012.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алехина Г.В., Гаспариан М.С. Информационные технологии бизнес-планирования. Общая характеристика программы Project Expert. Учебное пособие. – М.:МЭСИ, 2001.
2. Баев И.А. и др. Бизнес-планирование на компьютере. – Ростов н/Д: Феникс, 2007.

3. Басов А. Контекстная реклама. – СПб: Питер, 2011г.
4. Васильев Р.Б., Калянов Г.Н., Левочкина Г.А. Управление развитием информационных систем. Учебное пособие для вузов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2009.
5. Баллод Б.А., Гвоздева Т.В. Проектирование информационных систем. Учебное пособие для вузов. – М.:Феникс, 2009.
6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. – СПб: Питер, 2001.
7. Голик В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе. – М.: Дикта, 2008.
8. Калянов Г. Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов. – М.: Финансы и статистика, 2006.
9. Кокрум Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
10. Липунцов Ю.П. Управление процессами. Методы управления предприятием с использованием информационных технологий. – М.: ДМК Пресс, 2012.
11. Поляков О.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – М.:МЭСИ, 2001.
12. Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
13. Бизнес-план инвестиционного проекта: Учебное пособие. Под ред. В.М. Попова. – М: Финансы и статистика.2001.
14. Устинова Г.М. Информационные системы менеджмента. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений. – СПб: ДиасофтЮП, 2000.
15. Экономическая информатика. /Под ред. П.В. Конюховского и Д.Н.Колесова – СПб: Питер, 2001.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой необходимо согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, которая разработала учебную программу (с указанием даты и номера протокола)

**ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
на ____ / ____ учебный год**

№№ п/п	Изменения и дополнения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201 _ г.)
(название кафедры)

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент _____ Д.А. Марушко

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
д.ф-м.н., профессор _____ М.М.Ковалев