Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.3.1 Системы управления эффективностью бизнеса»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы
Программа академического бакалавриата

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы
наименование кафедры

протокол № 08 от "02" 02 2017 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы — подпись — О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент — подпись — Т.Ф. Мельникова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело — личная подпись — О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Грицай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
Доцент — личная подпись — Н.В. Лужнова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации 39734

© Мельникова Т.Ф., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: сформировать у студентов комплекс теоретические знания и методологические основы в области систем управления эффективностью бизнеса, а также практические навыки, необходимые для внедрения и практического использования таких систем.

Задачи:

- изучить сущность систем управления эффективностью бизнеса;
- изучить вопросы практического применения систем управления эффективностью бизнеса в разных функциональных областях;
- дать представление в области базовых принципов проектирования и внедрения систем управления эффективностью бизнеса;
- получить знания о современном состоянии рынка систем управления эффективностью бизнеса и основных программных продуктах этого класса;
- получить представление об особенностях внедрения систем управления эффективностью• бизнеса в разных отраслях.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.6 Экономическая теория, Б.1.Б.14 Рынки потребительских товаров*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: - нормативно-правовую базу по правовому регулированию торговли и классификации коммерческих предприятий; - государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности. **Уметь:** - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. **Владеть:** - опытом работы с действующими Федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; - основными современными методами, способами и средствами сбора, передачи, обработки и накопления информации в профессиональной деятельности.	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
Знать: - правовые основы, регламентирующие проведение маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; источники информации для проведения научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности. **Уметь:** - проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности. **Владеть:**	ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности.	
Знать: - виды бизнес-процессов, осуществляемых в торгово-хозяйственной деятельности; - показатели эффективности бизнес-процессов. **Уметь:** - прогнозировать бизнес-процессы; **Владеть:** - навыками оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**16,25**	**16,25**
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий).*	**91,75**	**91,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Концепция управления эффективностью бизнеса	29	2	2		25
2	Автоматизированная система управления эффективностью бизнеса	29	2	2		25
3	Управление эффективностью маркетинга.	24	2	2		20
4	Информационные системы управления эффективностью маркетинга	26	2	2		22
	Итого:	**108**	**8**	**8**		**92**
	Всего:	108	8	8		92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Концепция управления эффективностью бизнеса. Сущность концепции управления эффективностью бизнеса. Проблемы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Система информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Классификация информационных потоков системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Основные подсистемы системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента.

Раздел № 2 Автоматизированная система управления эффективностью бизнеса. Управление эффективностью компании (CPM, BPM, EPM). Corporate Performance Management, Business Performance Management, Enterprise Performance Management. Информационные системы управления эффективностью бизнеса (BPM-системы). Функциональность и архитектура типовой BPM-системы. Рынок BPM-систем. Автоматизированные системы, построенные на принципах управления эффективностью предприятия. Взаимодействие транзакционных и аналитических систем. Пирамида интегрированной управленческой информационной системы. Требования к аналитическим системам. Функции BPM-систем. Сопоставление стратегических и тактических показателей деятельности. Методика трансформации данных. Структура и функции системы. Современные требования к системам BPM. 7 Ключевые показатели деятельности (эффективности) EPM-системы (Key PerformanceIndicators - KPI). Инструменты EPM-системы. Сбалансированная система показателей. Бизнес-процессы. Бюджетирование, ориентированное на цели. Инструменты целевого управления. Инструменты проектного управления. Консолидация данных. Панели показателей. Бизнес-анализ (BI - Business intelligence). Инструменты оценки результативности персонала. Инструменты коммуникации.

Раздел № 3 Управление эффективностью маркетинга. Понятие управление эффективностью маркетинга. Система сбалансированных показателей для управления эффективностью маркетинга. Сбалансированная система показателей Каплана Нортона. Бизнес-процессы маркетинга. Система показателей, фиксирующая значимые для компании факторы внешней среды: STEP-факторы, конкурентное окружение, поведение потребителей и др. Динамическое моделирование экономических процессов. Программные средства, используемые для создания системно-динамических моделей. Замкнутый цикл управления эффективностью маркетинга. Уровни поддержки процессов управления маркетингом компании.

Раздел № 4 Информационные системы управления эффективностью маркетинга Понятие маркетинговой информации и маркетинговых решений. Маркетинговая информационная система компании. Структура и компоненты маркетинговой информационной системы. Подсистема внутренней маркетинговой информации. Подсистема информации о внешних условиях. Подсистема маркетинговых исследований. Аналитическая маркетинговая подсистема. Система анализа маркетинговой информации. Средства анализа маркетинговой информации. Статистический банк и банк моделей. Регрессионный анализ, корреляционный анализ, факторный анализ, кластерный анализ, дисперсионный анализ. Модель системы ценообразования, модель сегментации рынка, модель выбора каналов сбыта, модель составления комплекса средств рекламы, модель разработки рекламного бюджета, модель прогнозирования спроса на товар. Оценка маркетинговой информации. Анализ рынка программных продуктов, используемых при построении маркетинговой информационной системы. БЭСТ-маркетинг. Marketing Expert. Marketing Analytic. Касатка-маркетинг. Гермес. Кон си. Marketing GEO. БИГ Мастер 4.4 Маркетинг.

Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Система информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента	2
2	2	Информационные системы управления эффективностью бизнеса	2
3	3	Система сбалансированных показателей для управления эффективностью маркетинга	2
4	4	Система анализа маркетинговой информации	2
		Итого:	**8**

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Системы управления эффективностью бизнеса [Комплект] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Экономика" и экономическим специальностям / Н. М. Абдикеев [и др.]; под науч. ред. Н. М. Абдикеева, О. В. Китовой. - Москва : 8 ИНФРА-М, 2010, 2014. - 282 с. : ил. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - (Высшее образование. Магистратура) - ISBN 978-5-16-003992-3.

5.2 Дополнительная литература

1. Системы управления эффективностью бизнеса [Комплект] : учеб. пособие / Н. М. Абдикеев [и др.]; под науч. ред. Н. М. Абдикеева, О. В. Китовой. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 282 с. : ил. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - (Учебники для программы MBA (Masters of Business Administration)) - ISBN 978-5-16-003991-6.

2. Дежкина, И. П. Гармоничный менеджмент [Текст] / И. П. Дежкина, Г. А. Поташева. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 93 с. - (Научная мысль. Менеджмент). - Библиогр.: с. 90-91. - ISBN 978- 5-16-004529-0.

5.3 Периодические издания

1. Бренд-менеджмент : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
2. Маркетинг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
4. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.
5. Маркетинг услуг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Маркетинговые коммуникации : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Маркетолог : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
8. Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
9. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017
10. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017
11. Рекламодатель: теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
12. Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
13. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
14. Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать", 2016.
15. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. :ВИНиТИ, 2016, 2017, 2018.

16. Экономические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017
17. Экономическое развитие России : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
18. Экономический анализ: теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017
19. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-standart.net– журнал о маркетинге и рекламе «Новый маркетинг»
www.marketingandresearch.ru– электронная версия журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»
www.marketing.spb.ru– интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»
www.advi.ru – российский Интернет-журнал о творческом брендинге
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.4p.ru – электронный журнал по маркетингу «4p»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR
http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR
https://openedu.ru/course/HSE/MARK- «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Маркетинг»

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные

1) Операционная система Windows
2) Пакет настольных приложений MSOffice: MSWord, MSE xcel, MSPower Point
3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)
4) Консультант Плюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2017. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
5) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, 2017. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
6) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications.
7)Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/.
8)Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – http://www.akarussia.ru/node/5025.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.
Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.