

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы исследований в менеджменте (Analyzing International Digital Data)

наименование дисциплины

Автор: Мищенко В.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент, направленность «Стратегические коммуникации: государство и бизнес. Международная англоязычная магистратура»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-1	Способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач	УК ОС-1.1	Способность к анализу
УК ОС-3	Способность критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной и профессиональной деятельности	УК ОС-3.1	Знание содержания процесса формирования целей профессионального и личностного развития, способов его реализации при решении профессиональных задач, подходов и ограничений при использовании творческого потенциала
УК ОС-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	УК ОС-4.2	Способность составлять текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности; составлять аннотации и рефераты на иностранном языке

План курса:

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	What are the key components of big data strategy and how do they fit together ?	Infrastructure Experimental platform Analytical platform Indicator panels and monitoring tools Data Processing Specialists Measurements and KPIs Management practices
Тема 2	How is big data used in different functional areas ?	Website Optimization Risk management Consumer analysis Marketing Human resources Operations
Тема 3	Data-driven management	Expectations from middle managers and how top management affects working methods. Data-driven rewards Experiments against analytics Real-time data vs. periodic data Stimulation Indicators Analytics Management
Тема 4	Experimentation	Opinions, analytics and experiments What experiments can and cannot do Pitfalls of development and culture driven by experiments Necessary staff skills
Тема 5	Measuring business	As the role of data in decision making grows, the choice of indicators becomes more critical. In addition to key KPIs, the company needs more narrow targets that affect lower and lower levels of the organization. KPI design: signal-to-noise ratio, coverage, short-term versus long-term, manageability, stimulation, clarity, ability to be a conduit for innovation How many indicators?
Тема 6	Understanding long-term trends and predicting the future	Data storage and planning Development of baseline data, sectors and segmental adjustments to identify causes and sources of trends Examples of lessons learned Pitfalls predictions

№	Наименование темы	Содержание
Тема 7	Consumer analysis	Examples of use: from targeted offers to individual web pages Sector monitoring and segmental adjustment Using client analytics for pricing Short term versus long term Confidentiality Typical errors
Тема 8	Marketing Analytics	Using experiments and point triggers to evaluate marketing initiatives and advertising campaigns Short-term vs. long-term results Opportunities and pitfalls

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы и методы текущего контроля успеваемости: диспут

Форма промежуточной аттестации - Зачет

Основная литература:

1. D, O'Gorman, Kevin, and Robert MacIntosh. Research Methods for Business and Management : a guide to writing your dissertation, Goodfellow Publishers Ltd, 2015. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4531612>.