

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.05 Методы исследований в менеджменте (Analyzing International Digital Data)

наименование дисциплины

Автор: к.э.н., к.т.н. Мищенко В.В.

Код и наименование направления подготовки, программа магистратуры:
38.04.02 Менеджмент, направленность «Лидерство и глобальная конкурентоспособность.
Международная англоязычная магистратура»

Квалификация выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2	Осуществляет стратегическое планирование.
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2	Аргументированно и доказательно ведет полемику, использует возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности, составляет аннотации и рефераты на иностранном языке.
ОПК ОС -2	Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК ОС-2.1	Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе современных методов сбора и анализа данных.
ОПК ОС -4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в	ОПК ОС -4.1	Применяет современные научные методы для решения исследовательских проблем

	менеджменте и смежных областях		и выполнения научно-исследовательских проектов;
--	--------------------------------	--	---

План курса:

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	What are the key components of big data strategy and how do they fit together? Каковы ключевые компоненты стратегии больших данных и как они сочетаются друг с другом?	Infrastructure Experimental platform Analytical platform Indicator panels and monitoring tools Data Processing Specialists Measurements and KPIs Management practices Инфраструктура Экспериментальная площадка Аналитическая платформа Панели индикаторов и инструменты мониторинга Специалисты по обработке данных Измерения и KPI Практика управления
Тема 2	How is big data used in different functional areas? Как большие данные используются в разных функциональных областях?	Website Optimization Risk management Consumer analysis Marketing Human resources Operations Оптимизация веб-сайта Управление рисками Потребительский анализ Маркетинг Отдел кадров Операции
Тема 3	Data-driven management Управление на основе данных	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 Ожидания от менеджеров среднего звена и влияние высшего руководства на методы работы. Награды на основе данных Эксперименты против аналитики Данные в реальном времени и периодические данные Стимуляция Индикаторы Управление аналитикой

№	Наименование темы	Содержание
Тема 4	Experimentation Эксперименты	Opinions, analytics and experiments What experiments can and cannot do Pitfalls of development and culture driven by experiments Necessary staff skills Мнения, аналитика и эксперименты Какие эксперименты можно и нельзя делать Подводные камни развития и культуры, движимые экспериментами Необходимые навыки персонала
Тема 5	Measuring business Измерение бизнеса	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? По мере роста роли данных в принятии решений выбор показателей становится все более важным. В дополнение к ключевым KPI компании нужны более узкие цели, которые влияют на все более низкие и низкие уровни организации. Дизайн KPI: отношение сигнал / шум, охват, краткосрочные и долгосрочные, управляемость, стимуляция, ясность, способность быть проводником инноваций Сколько индикаторов?
Тема 6	Understanding long-term trends and predicting the future Понимание долгосрочных тенденций и прогнозирование будущего	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 Хранение данных и планирование Разработка исходных данных, секторов и корректировок по сегментам для выявления причин и источников тенденций Примеры извлеченных уроков Предсказания ловушек

№	Наименование темы	Содержание
Тема 7	Consumer analysis Потребительский анализ	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 Примеры использования: от целевых предложений до отдельных веб-страниц Секторный мониторинг и сегментарная корректировка Использование клиентской аналитики для ценообразования Краткосрочные и долгосрочные Конфиденциальность Типичные ошибки
Тема 8	Marketing Analytics Маркетинговая аналитика	Using experiments and point triggers to evaluate marketing initiatives and advertising campaigns Short-term vs. long-term results Opportunities and pitfalls Использование экспериментов и точечных триггеров для оценки маркетинговых инициатив и рекламных кампаний. Краткосрочные и долгосрочные результаты Возможности и подводные камни

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Б1.О.05 Методы исследований в менеджменте (Analyzing International Digital Data)» использовались следующие материалы текущего контроля: **диспут**

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета (тест)**

Основная литература:

1. Romanenko, M. G. Analysis and optimization of business processes : course of lectures / M. G. Romanenko. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 153 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66011.html>
2. Frankl, Milan, and Paul Paquette. Agile Project Management for Business Transformational Success, Business Expert Press, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4307174>.