

УДК 005:519.8  
ББК 65.290-2  
И46

**Ильин, Владислав Владимирович.**

И46 Цифровая экономика: практическая реализация : методическое пособие / В. В. Ильин — Эл. изд. — 1 файл pdf : 202 с. — Москва : Агентство электронных изданий «Интермедиадор», 2020. — Систем. требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". — Текст : электронный.

ISBN 978-5-91349-091-9

В книге известного эксперта-консультанта и автора многих книг по организации управления освещен широкий круг вопросов, относящихся к практике внедрения современных информационных технологий, и дан материал по проблемам, возникающим в процессе разработки и реализации современных информационных бизнес-приложений. Рассмотрены темы, которые наиболее важны при изучении учебных дисциплин «Информационные технологии управления», «Управление качеством», «Автоматизированные информационные системы», «Управление проектами» в вузах экономико-управленческого профиля.

Данную книгу можно использовать для поиска ответов на вопросы по применению информационных технологий и сопутствующего моделирования бизнес-процессов при встраивании организации в цифровую экономику.

По своей практической направленности предлагаемое методическое пособие представляет логическое продолжение ранее изданных книг автора.

УДК 005:519.8  
ББК 65.290-2

В соответствии со ст. 1299 и 1301 ГК РФ при устранении ограничений, установленных техническими средствами защиты авторских прав, правообладатель вправе требовать от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации.

ISBN 978-5-91349-091-9

© Агентство электронных изданий «Интермедиадор», 2020

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ОТ АВТОРА .....</b>	<b>3</b>
<b>Введение. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЯМИ.....</b>	<b>14</b>
1.1. УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ .....	14
1.2. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЯМИ .....	17
1.3. МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ЦК .....	18
1.4. ФУНКЦИИ ЦК.....	22
1.5. РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЦК .....	24
1.6. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИТ-ДИРЕКТОРА.....	27
<b>Глава 2. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ.....</b>	<b>35</b>
2.1. ЧТО ТАКОЕ СМК.....	37
2.2. СИСТЕМА КАЧЕСТВА КАК ТЮНИНГ БИЗНЕСА.....	39
2.3. СМК КАК МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ .....	44
<b>Глава 3. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ИНВЕСТИЦИЯМИ .....</b>	<b>54</b>
3.1. МОДЕЛИ УРОВНЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ.....	54
3.2. МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ .....	57
3.3. ПРАКТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УРОВНЕЙ ЗРЕЛОСТИ УП.....	59
3.4. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ИНВЕСТИЦИОННОМУ ПРОЦЕССУ .	65
3.5. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ИНВЕСТИЦИЙ .....	70
3.6. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЯМИ.....	72
<b>Глава 4. МОДЕЛЬ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ .....</b>	<b>79</b>
4.1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЭФФЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ.....	84
4.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ФУНКЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ .....	87

4.3. АЛГОРИТМЫ ВЛИЯНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ .....	98
<b>Глава 5. МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ.....</b>	<b>102</b>
5.1. НЕОБХОДИМОСТЬ ИТ-СИСТЕМНОГО ПРОЕКТА .....	103
5.2. МЕТОДОЛОГИЯ: ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ИЛИ ИНФОРМАЦИОННАЯ?.....	105
5.3. КАЧЕСТВО МОДЕЛИРОВАНИЯ.....	106
5.4. ПРОЕКТ ИТ-АРХИТЕКТУРЫ КОМПАНИИ .....	111
5.5. МОДЕЛЬ ОПИСАНИЯ БП .....	113
5.6. РЕИНЖИНИРИНГ БП .....	115
<b>Глава 6. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ .....</b>	<b>125</b>
6.1. ЦЕЛИ И ПОСТАНОВКА МАРКЕТИНГА .....	125
6.2. ПРОСТЫЕ ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА .....	128
6.3. РОЛЬ И МЕСТО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИИ.....	129
6.4. ЗАЧЕМ МАРКЕТИНГУ ПРОЕКТЫ .....	135
<b>Глава 7. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР .....</b>	<b>137</b>
7.1. НАВСТВЕННО НАДЕЖНЫЙ ПЕРСОНАЛ .....	141
7.2. ПОСТРОЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ .....	144
7.3. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ИЗМЕРЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ HR-ФУНКЦИИ.....	151
7.4. РОЛЬ ДОЛЖНОСТНЫХ ИНСТРУКЦИЙ .....	160
7.5. ПОКАЗАТЕЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА .....	166
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>169</b>
<b>СОКРАЩЕНИЯ .....</b>	<b>174</b>
<b>ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....</b>	<b>179</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>196</b>
<b>ОГЛАВЛЕНИЕ .....</b>	<b>199</b>