

**Программа учебной дисциплины  
«Бизнес-исследования и бизнес-аналитика  
в инновационном предпринимательстве»**

Утверждена  
Академическим руководителем  
ООП «Управление исследованиями,  
разработками и инновациями  
в компании»  
И.Р. Агамирзяном  
«14»июня 2019г.

Автор	С.Н.Македонский, к.с.н., доцент
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	40
Самостоятельная работа (час.)	112
Курс	1
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

### **I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ**

Целью освоения дисциплины «Бизнес-исследования и бизнес-аналитика в инновационном предпринимательстве» является овладение студентами теории, а также развитие практических навыков бизнес-исследований и аналитики, анализа жизненного цикла развития перспективных технологий.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основы организации и проведения бизнес-исследований и бизнес-анализа, основные международные исследовательские и аналитические компании, их специфику, современные аналитические инструменты и способы их использования;

**уметь:**

- проводить анализ рынков и перспектив развития технологий, проводить анализ потребностей потребителей и определять целевые рынки для инновационных продуктов, проводить анализ жизненного цикла развития технологий, конкурентный анализ технологических решений и их поставщиков;

**владеть:**

- навыками поиска и использования необходимых результатов исследований и аналитики, принятия управленческих решений на основе использования современных аналитических инструментов, эффективной коммуникации с влиятельными международными аналитическими компаниями.

Для изучения дисциплины «Бизнес-исследования и бизнес-аналитика в инновационном предпринимательстве» пререквизиты и постреквизиты отсутствуют.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть знаниями, полученными в рамках бакалаврских программ. Программа рассчитана на 16 ч. лекций, 24 ч. семинарских занятий и 112 ч. самостоятельной работы.

### **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Тема 1. Вводная. Содержание и роль бизнес-исследований и бизнес-аналитики в инновационной деятельности.**

Развитие бизнес-исследований и бизнес-аналитики в постсоветской России. Типы и разновидности бизнес-исследований, их назначение. Основные этапы исследовательского процесса. Роль теории и построения теоретических рамок/ основ для исследования. Этические вопросы в бизнес-исследованиях.

## **Тема 2. Начальные этапы исследований: целеполагание, планирование, источники.**

Начальные этапы исследований: определение проблемы, формулировка гипотезы, определение объекта и предмета. Целеполагание и планирование: цели, задачи, план работ. Разработка исследовательского предложения. Поиск и изучение источников: первичные и вторичные данные и исследования.

## **Тема 3. Методы первичных исследований и статистическая обработка данных.**

Методы первичных исследований: опросы, интервью, экспериментальные исследования, наблюдения. Определение исследуемой аудитории (выборка). Изучение первичной документации и данных. Основы статистического анализа. Основные статистические показатели: корреляция, регрессия. Получение, визуализация и интерпретация результатов (SPSS).

## **Тема 4. Качественные методы бизнес-исследований и математическое моделирование.**

Качественные методы бизнес-исследований: фокус-группы, глубинные интервью. Модели и методы теории игр и теории графов, модели принятия решений. Вероятностные модели, марковские процессы.

## **Тема 5. Информационные ресурсы и их использование в бизнес-исследованиях и бизнес-аналитике.**

Информационные ресурсы (платные и бесплатные, открытые и закрытые) и их использование в исследованиях. Базы данных. Научные базы знаний. Корпоративные информационные системы. Дата майнинг. Интернет-аналитика.

## **Тема 6. Ресурсы международных исследовательских и аналитических компаний.**

Место и роль профессиональных исследовательских и аналитических компаний в глобальной экономике и экосистеме бизнеса. Основные бизнес-модели, продукты и услуги. Проблемы поиска релевантной аналитики. Интеллектуальный поиск аналитики цифровых технологий (Forrester Playbook).

## **Тема 7. Популярные стандартные аналитические инструменты анализа рынка и технологий.**

Анализ конкуренции на рынке технологий - Forrester Wave/Tide/Heatmap, Gartner Magic Quadrant. Анализ жизненного цикла технологий - Forrester TechRadar, Gartner

Нуре Cycle.

## **Тема 8. Эволюция методик финансовой и нефинансовой оценки возврата на инвестиции в новые технологии.**

Анализ возврата на инвестиции в сфере технологий - TCO, ROI, Forrester TEI, Gartner TVO. Эффективное взаимодействие с влиятельными аналитическими компаниями (Analyst Relations).

### **III. ОЦЕНИВАНИЕ**

Текущий контроль знаний и навыков студентов осуществляется преподавателем в ходе проверки групповой контрольной работы. Все работы оцениваются на форму представления, полноту выполнения, на глубину (насколько была проработана проблема, сколько внешних источников было привлечено и рассмотрено), на аргументированность и убедительность.

Итоговый контроль знаний и навыков студентов осуществляется в ходе экзамена, который проводится в форме подготовки и защиты аналитического отчёта по результатам учебного исследования.

Все оценки формируются по 10-балльной шкале. Способ округления оценок – арифметический, т.е. используются стандартные правила округления (до 0,5 баллов оценка округляется в меньшую сторону, после 0,5 включительно – в большую).

#### **Итоговая оценка за дисциплину формируется по формуле:**

$$O_{общая} = 0,6 \cdot z_1 + 0,1 \cdot z_2 + 0,1 \cdot z_3 + 0,1 \cdot z_4 + 0,1 \cdot z_5 + 0,4 \cdot O_{экзамен}$$

где:

$O_{общая}$  = Общая оценка по дисциплине

$z_1$  – оценка задания 1

$z_2$  – оценка задания 2

$z_3$  – оценка задания 3

$z_4$  – оценка задания 4

$z_5$  – оценка задания 5

$O_{экзамен}$  – оценка за экзамен

Оценка за экзамен и результирующая оценка по учебной дисциплине выставляются преподавателем в рабочую и экзаменационную ведомости.

В диплом ставится результирующая оценка по учебной дисциплине.

### **IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

#### Оценочные средства для текущего контроля студента

##### ***Контрольная работа:***

Контрольная работа проводится в виде деловой игры и подготовки групповых презентаций «Разработка плана и инструментария исследования».

Презентации групп оценивают по трём параметрам - форма, наличие данных, общая убедительность - «Гендерный комитет» (ТК) из числа студентов (5 человек) и преподаватель.

Финальная оценка по контрольной работе формируется следующим образом:

$O_{финальная} = 0,4 \cdot O_{СД} + 0,6 \cdot O_{преподаватель}$ , где

ОСД– средняя оценка СД  
Опреподаватель– средняя оценка преподавателя

Максимальная оценка за контрольную работу – 10 баллов.

#### **V. Особенности организации обучения для лиц с ОВЗ и инвалидов**

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, и для инвалидов, в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, предусмотрены варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

### **VI. РЕСУРСЫ**

#### **6.1 Основная литература**

1. Черных В.В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта. Учебное пособие. 2018. - 120 стр. ЭБС ЛАНЬ – URL: [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
2. Игрунова О., Манакова Е., Прима Я. Маркетинговые исследования. Учебник для бакалавров и магистров. 2017. Питер СПб. – 244 стр
3. Романенкова О. Н. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для бакалавров / О. Н. Романенкова, С. П. Азарова, И. К. Захаренко, и др.; Под общ. ред. О. Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2014. – 315 с. – (Сер. "Бакалавр". Базовый курс) . - ISBN 978-5-9916328-5-0.- URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) (и более поздние издания)
4. Карасев А. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. 2015.- 323 стр Юрайт – URL: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
5. Андерсон К. Аналитическая культура. От сбора данных до бизнес-результатов. 2016. Манн, Иванов и Фербер – URL: 2017, - 349 стр.
6. Филлипс Т. Управление на основе данных. Как интерпретировать цифры и принимать качественные решения в бизнесе. – М.:Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 117 стр.

#### **6.2 Дополнительная литература**

1. Альтшулер И.Г. Практика бизнеса. Записки консультанта. Издательство «Дело», 2016. - 238 стр.
2. Фрэнкс, Б. Революция в аналитике: как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики / Б. Фрэнкс; Пер. с англ. И. Евстигнеевой; Ред.

В. Мылов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 315 с. - ISBN 9785961453027: 580.00.- 2 книги ВШЭ

3. Айвазян С.А. Теория вероятностей и прикладная статистика / С. А. Айвазян, В. С. Мхитарян. – 2001. – 656 с.
4. Гусева, Е. Н. Экономическо-математическое моделирование [Электронный ресурс] : Уч. пособ. / Е. Н. Гусева. - 2-е изд., стереотип. - М.: Флинта: МПСИ, 2011. - 216 с. - ISBN 978-5-89349-976-6 (Флинта), ISBN 978-5-9770-0256-1 (МПСИ). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406074>
5. Дрогобыцкий А. Экономико-математическое моделирование: Учебник для студентов вузов. М: Издательство «Экзамен», 2006. - URL: [www.labirint.ru/books/40237/](http://www.labirint.ru/books/40237/)
6. Македонский С.Н. Выставочная деятельность как информационная инновация : Социокульт. аспект : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06. - Москва, 1998. - 140 с. Социология духовной жизни OD 61 98-22/83-3

### 6.1. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### 6.2. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<b><i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i></b>		
1.	Деловая библиотека «Альпина Диджитал»	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://alpinadigital.ru/">https://alpinadigital.ru/</a>
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
3.	Электронно-библиотечная система Znanium.com	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>
<b><i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i></b>		
1.	Российская национальная библиотека	URL: <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	URL: <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>

### 6.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.