

Программа обучения по направлению:
«Информационно-аналитическое обеспечение бизнеса»

Тренинг: «Бизнес-аналитика как инструмент создания, развития и повышения эффективности предпринимательской деятельности.»

Продолжительность обучения: 5 дней, 40 академических часов

Категория обучаемых: собственники, предприниматели и руководители бизнеса, руководители и специалисты по развитию бизнеса и инновациям, руководители и специалисты аналитических подразделений, эксперты по анализу данных, подразделений по управлению данными, конкурентной разведки, маркетинга, продаж, бизнес-аналитики, заинтересованные в новых конкурентных преимуществах и стратегиях развития бизнеса, кандидаты на бизнес-позиции, связанные с развитыми аналитическими компетенциями (российские аналоги бизнес-позиций CEO, CBO, CDBO, CAO, CIO, CDO, CMO, CPO, Data Scientist).

Целевая установка: изучение методологии информационно-аналитической работы руководителя, аналитических практик и инструментов, повышающих эффективность управления и конкурентность компаний.

Краткая аннотация. Содержание программы ориентировано на практическое овладение руководителями и специалистами, имеющими базовые навыки работы с компьютерами и ресурсами сети Интернет, современными приемами и инструментами бизнес-анализа необходимыми для повышения эффективности бизнеса. Учебный курс является инновационным и показывает, как монетизировать в конкретный бизнес концепции «цифровой трансформации бизнеса», Big data, Data Science и Data Mining в работе с источниками информации доступными каждому предпринимателю.

Содержание программы:

ВВЕДЕНИЕ. Входное тестирование уровня аналитических компетенций слушателей.

Тема 1. Бизнес-информация, ее основные источники и направления использования.

- Бизнес-информация как категория информации, представляющая ценность для управления бизнес-процессами.
- Правовое поле работы с информацией в Российской Федерации.
- Информационное поле бизнес-аналитика.

- Внутрикorporативные источники бизнес-информации.
- Внешние источники бизнес-информации.

Тема 2. Базовые средства и практические приемы в работе с бизнес-информацией.

- Средства и практические приемы сбора и консолидации бизнес-информации из внутрикorporативных источников.
- Средства и практические приемы сбора и консолидации бизнес-информации из социальных сетей, Интернет-сайтов, Интернет-сервисов и других категорий внешних источников.
- Использование аналитических надстроек, языка М и макрокоманд офисных приложений для предварительной фильтрации, связывания и «обогащения» данных, полученных из различных категорий источников бизнес-информации.
- Использование SQL-запросов для предварительной фильтрации, связывания и «обогащения» бизнес-информации. Особенности работы с Big-data.
- Средства и практические приемы работы с неструктурированной бизнес-информацией.
- Средства и практические приемы работы с фото- и видеoinформацией об участниках бизнес-процессов.
- Использование в работе бизнес-аналитика внешних поставщиков бизнес-информации.

Тема 3. Бизнес-аналитика и ее математические основы.

- Сущность бизнес-аналитики и влияние ее результатов на эффективность бизнеса.
- Современные концепции «цифровой трансформации бизнеса»: Big data, Data Science и Data Mining. Сложности их реализации в современном бизнесе.
- Многомерный статический анализ как основа бизнес-анализа.
- Множественный корреляционно-регрессионный анализ.
- Множественный кластерный анализ.
- Имитационное моделирование систем массового обслуживания.
- Анализ и прогнозирование временных рядов.
- Анализ графов и социальных сетей.
- Машинное обучение.

Тема 4. Базовые аналитические инструменты и практические приемы бизнес-анализа.

- Классические методы бизнес-анализа. ABC-анализ и другие методы Data-Mining.
- Формальное описание и моделирование бизнес-процессов.
- Финансовый анализ эффективности и устойчивости предпринимательской деятельности. Скоринговые модели как основа контроля финансового состояния компании и ее ключевых контрагентов.
- Конкурентный анализ бизнес-среды предпринимательской деятельности. Выявление направлений развития и оптимизации бизнеса на основе конкурентного и маркетингового анализа.
- Анализ связей и аффилированности участников бизнес-процессов.

- Визуальный анализ данных. Виды графиков, диаграмм, информационных панелей (дашбордов), отражающих эффективность ключевых бизнес-процессов.
- Видеоаналитика и другие методы бизнес-анализа аудио-, фото- и видеoinформации.
- Геоинформационный анализ бизнес-информации.
- Контент-анализ неструктурированной бизнес-информации.

Тема 5. Практическое применение бизнес-анализа в предпринимательской деятельности.

- Мониторинг финансового состояния компании, ключевых бизнес-партнеров (поставщиков, покупателей, кредитных организаций, инфраструктурных и инвестиционных партнеров).
- Оптимизация товарных категорий на основе ABC-анализа. Оптимизация размещения товара на основе анализа потребительских транзакций и предпочтений.
- Анализ очередей и оптимизации точек обслуживания клиентов.
- Анализ потребительских предпочтений на основе опросов и отзывов покупателей. Оценка удовлетворенности качеством товаров и услуг на основе мониторинга публикаций покупателей в сети Интернет.
- Выделение лидеров в собственном сегменте бизнеса и анализ их конкурентных преимуществ. Выделение новых сегментов для развития бизнеса. Обоснования выбора торговых точек.
- Выделение ключевых клиентов и формирование программ повышения их лояльности. Выделение новых категорий клиентов для увеличения продаж и расширение клиентской базы.
- Формирование рекламной стратегии компании на основе результатов конкурентного и маркетингового анализа.
- Оценка лояльности сотрудников и клиентов. Выявление каналов утечки информации, представляющей коммерческую ценность.
- Прогнозирование показателей эффективности ключевых бизнес-процессов и существенных факторов внешней бизнес-среды.
- Контроль выполнения регламентов персоналом компании, взаимодействующим с клиентами и выявление событий, связанных с конфликтными ситуациями.
- Выявление неформальных связей и аффилированности участников ключевых бизнес-процессов.
- Мониторинг деловой репутации и имиджа компании, публичных высказываний и публикаций сотрудников компании.

Аналитический практикум (самостоятельное решение задач бизнес-анализа под руководством преподавателя и итоговое тестирование уровня аналитических компетенций слушателей).