



Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования «Международный университет в Москве»

Факультет Предпринимательства в культуре

Кафедра прикладной культурологии и социокультурного менеджмента

Курсовая работа по предмету «Теория организации»

На тему: Развитие информационных технологий и электронный бизнес.

Выполнил студент: 2-го курса

Ямпольский В.Ю

Научный руководитель:

**Кандидат экономических наук, доцент
ЧЕРНОВ С.Е.**

Москва

2013



ПЛАН

1. Введение
2. Информационные технологии
3. Электронный бизнес
4. Пример: организация Valve и их интернет - ресурс Steam
5. Заключение
6. Разработка проекта компании-альтернативы Valve для Российского рынка





Информационные технологии

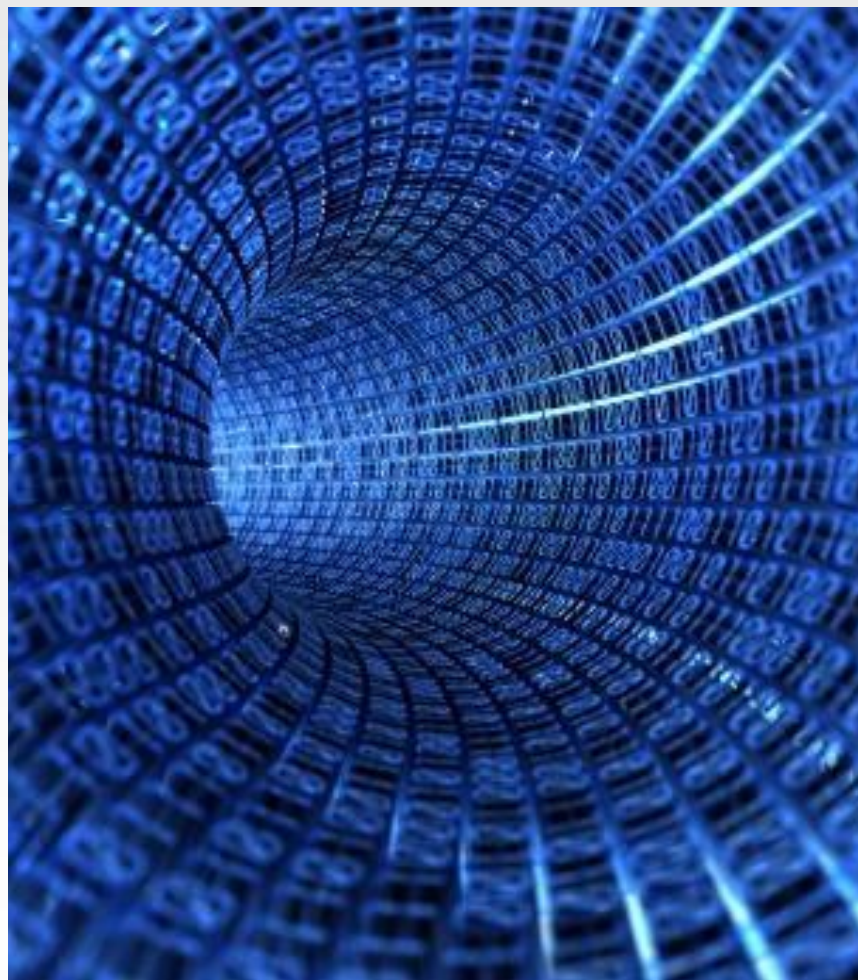
Информационные технологии (ИТ, от англ. information technology, IT) — широкий класс дисциплин и областей деятельности, относящихся к технологиям создания, сохранения, управления и обработки данных, в том числе с применением вычислительной техники.





Информационные технологии

Под информационными технологиями понимают компьютерные технологии. В частности, ИТ имеют дело с использованием компьютеров и программного обеспечения для создания, хранения, обработки, ограничения к передаче и получению информации. Специалистов по компьютерной технике и программированию часто называют ИТ-специалистами.





Определение ЮНЕСКО:

Информационные технологии - комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы.



История IT

Начало развития — с 1960-х годов, вместе с появлением и развитием первых информационных систем (ИС)

Инвестиции в инфраструктуру и сервисы Интернет вызвали бурный рост отрасли IT в конце 1990-х годов.





Технологии

Сети

Телефонные

Широкополосные

Сотовая связь

Терминалы

ПК

Сотовый телефон

Телевизор

Игровая Консоль

Услуги

Электронная почта

Поисковая система

Иные



Электронный бизнес

Электронный бизнес

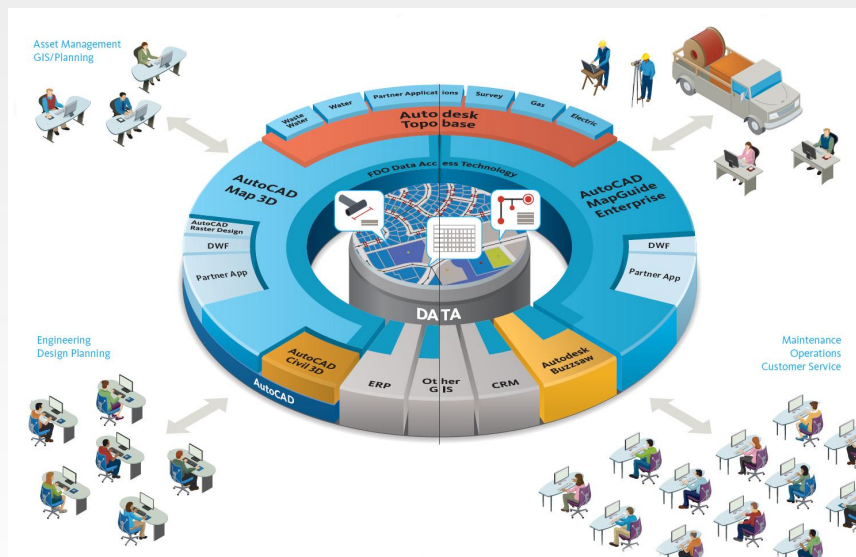
(англ. Electronic Business), Е-бизнес, И-бизнес, e-Business — бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем. Значительная часть решений использует Интернет-технологии для передачи данных и предоставления Web-сервисов. Впервые термин прозвучал в выступлении бывшего генерального директора IBM Луи Гёрстнера.





История электронного бизнеса

История электронного бизнеса уходит корнями в начало революции в сфере информационных технологий 1960-70х годов. Крупные корпорации стали внедрять безбумажные технологии электронного обмена данными, чтобы снизить нагрузку и издержки документарной работы, а также повысить скорость обмена.





Классы промышленных систем электронного бизнеса

ERP (англ. Enterprise Resource Planning) — ИС управления ресурсами предприятия.

CRM (англ. Customer Relationship Management) — ИС управления взаимодействием с клиентами.

BI (англ. Business Intelligence) — ИС сбора, анализа и представления бизнес информации.

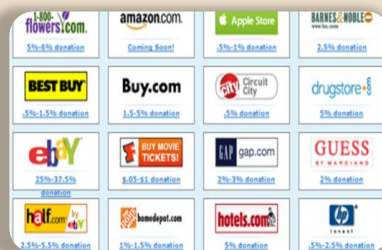
ECM (англ. Enterprise Content Management) — ИС управления информацией и документами на предприятии.

HRM (англ. Human Resource Management) — ИС управления персоналом.

SCM (англ. Supply Chain Management) — ИС управления цепочками поставок.



Электронный Бизнес в наше время



Онлайн
каталоги

Интернет
магазины и
аукционы

Магазины
мультимеди
и

Электронна
я коммерция



Steam

Сервис цифрового распространения компьютерных игр и программ, принадлежащий компании Valve, известному разработчику компьютерных игр. Steam выполняет функции службы активации, загрузки через интернет, автоматических обновлений и новостей для игр как самой Valve, так и сторонних разработчиков по соглашению с Valve





Денежный поток

Покупатель

Valve

Разработчи
к



Заключение

- Информационные технологии открыли новый сектор рынка
- Электронный бизнес является самых быстроразвивающихся видом предпринимательства в мире
- Электронный бизнес разнообразен и многогранен
- Электронный бизнес стимулирует продажи индустрии развлечений



Разработка проекта компании-альтернативы Valve для Российского рынка

Пото

- Одноотраслевое предприятие (К видео-игры и приложения для ПК)
- Компания занимается продажей и переводом мультимедийного контента
- Небольшой штаб сотрудников



Шаг 1: Стратегическое направление

- Потребность покупателя в качественно переведенных мультимедийных приложениях и легком канале связи.
- Целевая аудитория: подростки и молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет.
- Исполнение: создание мультимедийного интернет-магазина, перевод и реализация готового контента.



Шаг 2: Цели

Финансовые

- Увеличение прибыли на вложенный капитал
- Увеличение притока денежных средств
- Более диверсифицированная база для получения прибыли
- Стабильный доход в периоды экономических спадов

Стратегические

- Повышение качества продукции
- Повышение репутации компании среди клиентов
- Улучшение обслуживания клиентов
- Признание компании лидером в области технологий и/или инноваций



Шаг 3: Формулирование Стратегии - Benchmarking

Факторы	Наша фирма	Конкурент
Продукт	Поток	Steam
Каналы сбыта	Интернет	Интернет/встроен к контенту
Маркетинговые коммуникации	Интегрированные	Интегрированные
Цена	Ниже на ~20%	Общая для всего мира
Другие факторы	Сосредоточение на отечественном потребителе	



Шаг 3.1 SWOT анализ

	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Внутренняя среда	<ul style="list-style-type: none">• Качественный перевод продукции• Низкие цены• Технические преимущества	<ul style="list-style-type: none">• Digital Rights Management (Авторские Права)
Внешняя среда	<ul style="list-style-type: none">• Высокий спрос• Отсутствие конкурентов на отечественном рынке	<ul style="list-style-type: none">• Занятый международный рынок• Отсутствие возможности выхода на международный рынок



ПРИНЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ВЫБОРЕ СТРАТЕГИИ

- Стратегия широкой дифференциации направлена на придание товарам компании специфических черт, отличающих их от товаров фирм-конкурентов, что способствует привлечению большего количества покупателей.
 1. Качественный перевод
 2. Ниже цена
 3. Поддержка клиента после приобретения товара



Шаг 4: РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

- Возможные изменения: Первого порядка с целью технологического совершенствования.
- Тип культуры: по Хэнди – Целевая, по Майлзу и Сноу – Культура-аналитик



ШАГ 5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ.

1. Фирма будет иметь стабильную прибыль, за счет низких расходов и ее гибкости
2. Если фирма сможет подписать соответствующий договор с обладателем прав на интеллектуальную собственность, финансовых проблем быть не должно
3. При правительственной поддержке и поддержке отечественных разработчиков контента, фирма будет способна выйти на международный уровень