

Московский государственный технический университет
имени Н.Э. Баумана

Факультет «Инженерный бизнес и менеджмент»

Кафедра «Менеджмент»

Л.М. Мартынов

«ОСНОВЫ ИНФОКОМНОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

Электронное учебное издание

Методические рекомендации к изучению курса лекций

по дисциплине «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Москва

(С) 2012 МГТУ им. Н.Э. БАУМАНА

УДК 65.0 (075)

Рецензенты:

Вячеслав Степанович Акопов – д.т.н., профессор,

Виктор Иванович Королев – д.э.н., профессор

Л.М. Мартынов.

«Основы инфокомного менеджмента». Методические рекомендации к изучению курса лекций по дисциплине «Основы менеджмента». Электронное учебное издание. – М.: МГТУ имени Н.Э. Баумана, 2012. 38 с.

Издание содержит рекомендации, в которых представлены программа обучения по курсу «Основы инфокомного менеджмента», темы и основные вопросы, рассматриваемые в лекциях, вопросы к зачету по всему курсу дисциплины, а также рекомендации по изучению данной дисциплины и усвоению сущности и особенностей концепции управления организациями, персоналом в условиях современной информационно-коммуникационной бизнес-среды.

Учебное пособие подготовлено для студентов, изучающих дисциплину «Основы инфокомного менеджмента» по направлению «Менеджмент высоких технологий», а также для слушателей, обучающихся в подразделении Второго высшего образования, и для аспирантов соответствующей специализации.

Рекомендовано НМС МГТУ им. Н.Э. Баумана

Мартынов Ливон Михайлович

ОСНОВЫ ИНФОКОМНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

(С) 2012 МГТУ им. Н.Э. БАУМАНА

Оглавление.

Введение.	4
Раздел 1. Учебная программа дисциплины «Основы инфокомного менеджмента».	7
1.1. Распределение часов по видам занятий.	7
1.2. Цели и задачи дисциплины.	8
1.3. Знания, умения и навыки, получаемые после изучения дисциплины.	10
Раздел 2. Содержание дисциплины.	12
2.1. Темы дисциплины, лекционные часы и литература.	12
2.2. Содержание тем дисциплины.	13
2.3. Учебно-методические материалы.	16
Раздел 3. Указания по подготовке тезауруса применяемых понятий.	18
Раздел 4. Рекомендации по подготовке доклада.	19
Раздел 5. Структурно-логическая схема изучения дисциплины «Основы инфоком-менеджмента».	21
Раздел 6. Тематика основных вопросов, рассматриваемых в лекциях.	21
Раздел 7. Рекомендации по подготовке к зачету по дисциплине «Основы инфокомного менеджмента».	24
Раздел 8. Вопросы к зачету по дисциплине «Основы инфокомного менеджмента».	34
9. Заключительная рекомендация.	37

Введение.

В условиях становления рыночной экономики в нашей стране формируется конкурентная среда. Ее появление привело к необходимости изменения подхода к управлению организациями (предприятиями, фирмами, компаниями, корпорациями), а также разнообразными деловыми альянсами (объединениями, союзами, ассоциациями, обществами) с их ориентацией на эффективное взаимодействие с бизнес-окружением.

В качестве ответа на происходящие процессы менеджменту организаций необходимо обеспечить повышение инновационной активности, позволяющей в настоящее время иметь адекватную стратегию развития в условиях формирующейся и развивающейся *информационно-коммуникационной (инфокоммуникационной) или, кратко, инфокомной среды (ИКС)*.

Для современной экономики характерны тенденции глобализации, гиперконкуренции и кастомизации, применения аутсорсинга и даунсайсинга, бенчмаркинга и рефрейминга, осуществления бизнеса в условиях бурно развивающейся *материально-виртуальной среды*. При этом все более широкое использование в управлении, экономике, менеджменте находят *информационно-компьютерно-телекоммуникационные системы, сети, средства и технологии с соответствующим программным обеспечением (ИКСТ)*. Это обусловлено тем, что процессы развития связи и информатики, компьютеризации, информатизации и телекоммуникаций происходят в условиях все более глубокой их конвергенции, что позволило ученым мира и нашей страны рассматривать их как *единый и целостный, взаимосвязанный и взаимообусловленный инфокомный процесс*.

Именно этот процесс во многом определяет социально-культурные, экономико-управленческие и технико-технологические особенности современного развития цивилизации в условиях формирования информационно-коммуникационного пространства на пути к созданию так называемого «общества знаний». Люди, организации, применяя ИКСТ, осуществляя в ходе *опосредованных коммуникаций* успешные взаимодействия для достижения общих целей, используя при этом нематериальные ресурсы, формируют указанную ИКС. Эта среда, с одной стороны, – инфраструктурный технико-технологический артефакт, и, с другой, – виртуальная бизнес-среда со спецификой телевоздействий,

телесотрудничества, телевзаимодействий в условиях телетруда сотрудников, удаленных друг от друга и даже находящихся в разных часовых поясах.

Такая среда виртуальная, но дела в ней реальные, и, как показывает экономико-управленческая практика, они могут быть не менее результативными и плодотворными, чем при непосредственных личных встречах людей, работников, менеджеров. При этом следует также отметить рост плодотворного использования в ИКС интеллектуальных ресурсов, прежде всего, *знаний сотрудников, знаний организации в целом*. Для ее менеджмента не менее важную роль играют знания партнеров организации – поставщиков, производителей, потребителей, клиентов, инвесторов, конкурентов и других.

Специфические условия ИКС требуют не только адекватного реагирования на происходящие в ней изменения и соответствующих управленческих новаций, но и новых подходов к определению доминантного направления развития менеджмента с учетом появления и освоения виртуальной бизнес-среды.

Одним из основных направлений развития теории и практики менеджмента в настоящий период времени является теоретическое и методологическое обоснование, концептуальное оформление и методическое обеспечение, позволяющие использовать наряду с хорошо известными также и разработанные новые принципы, методы, формы, средства, процедуры, правила и инструментарий управления организациями, персоналом применительно к условиям ИКС. Поэтому в качестве концепции такого управления автором предложен *информационно-коммуникационный (инфокоммуникационный) или, кратко, инфокомный менеджмент (ИКМ)*, который в некоторых наших книгах (они указаны на сайте www.livonmartinov.nm.ru) назван *инфоком-менеджментом*.

Актуальность практического применения теоретических основ ИКМ в практике менеджмента организаций, осуществляющих свою деятельность в виртуальной бизнес-среде, все более возрастает для любых социально-экономических систем. Это позволяет им чутко воспринимать новые возможности ИКС и потому успешно осуществлять не только функционирование, но и развитие. Это особенно характерно для высокотехнологических организаций и предприятий, выпускающих наукоемкую продукцию. Для них использование ИКМ особенно важно применительно к решению вопросов стратегического управления инновационным развитием и реализации интеллектуально-креативного

потенциала. Как показывает практика применения ИКМ, чем более «географически рассредоточенной» является такая организация, тем более эффективно в ней применение ИКМ.

Поэтому дисциплина «Основы инфокомного менеджмента» преподается студентам в подразделении Второго высшего образования факультета «Инженерный бизнес и менеджмент» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Учебно-методической базой для этой дисциплины явилась монография автора «Инфокомный менеджмент: теоретико-методологические и методические аспекты управления организациями в информационно-коммуникационной среде» (М.: Информационно-Технический Центр «Мобильные коммуникации», Серия «Телекоммуникации и бизнес», 2004. – 260 с.) и другие ранее изданные монографии, а также учебное пособие «Инфоком-менеджмент», изданное в 2007 году издательством «Университетская книга, Логос».

Вместе с тем, как показала преподавательская практика автора, студентам полезно иметь соответствующее методическое пособие по изучению данной дисциплины. Поэтому оно и было подготовлено с учетом того, что:

- такая дисциплина является новой, имеющей свой тезаурус (словарь основных понятий) и другие концепты, составляющие основу теории инфокомного менеджмента;
- по имеющимся у автора сведениям, эта дисциплина не имеет аналогов в мире и в нашей стране, лекции по ней читаются только в МГТУ им. Н.Э. Баумана по направлению «Менеджмент высоких технологий»;
- дисциплина «Основы инфоком-менеджмента» является, на наш взгляд, весьма полезной не только указанным студентам, а также аспирантам, в темах работ которых отражены особенности управленческой деятельности в условиях современной бизнес-среды;
- этой дисциплине могут обучаться студенты по программам подготовки бакалавров и магистров, а также слушатели курсов повышения уровня управленческого образования и в рамках проведения занятий, например, на курсах повышения квалификации менеджеров, бизнесменов, специалистов;
- основные аспекты ИКМ рассказываются на лекциях студентам и дневной формы обучения по другим, в том числе авторским, учебным

дисциплинам, которые преподаются не только в МГТУ им. Н.Э. Баумана, но и в других университетах, где приходится работать автору,

- идеи, реализованные в виде концепции управления организациями, персоналом в условиях ИКС, начинают применяться в диссертациях на соискание ученой степени кандидата или доктора экономических наук.

1. Учебная программа дисциплины «Основы инфокомного менеджмента».

Программа составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования в соответствии с требованиями к наличию обязательного минимума содержания основной образовательной программы по направлению подготовки дипломированного специалиста 521500 «Менеджмент» по специальности 061100 «Менеджмент организации».

1.1. Распределение часов по видам занятий.

Виды занятий	Объем занятий, час	
	Всего	Один семестр 17 недель
Лекции	34	34
Семинары	-	-
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	17	17
Итого:	51	51
Проверка знаний:	1	Зачет

	Объем, час / выполнение, неделя выдачи
--	---

Виды самостоятельной работы и контрольных мероприятий	Всего	<i>Один семестр 17 недель</i>
Самостоятельная проработка курса лекций	10	17
Домашнее задание	7	1/16
Рубежный контроль	-	-
Курсовая работа	-	-

В связи с тем, что конкретные примеры рассматриваются на лекциях, проведение семинаров и курсовой работы в ходе изучения данной дисциплины не планируется.

В рамках самостоятельной работы при проработке лекционных материалов программой предусмотрена подготовка каждым слушателем в письменном виде:

- *тезауруса* применяемых в дисциплине понятий и терминов, о чем указано в разделе 3,
- *доклада с презентацией*, о чем указано в разделе 4.

1.2. Цели и задачи дисциплины.

Цель дисциплины:

Получение студентами специальных знаний и навыков в области управления предприятиями, организациями, их персоналом в условиях современной формирующейся и бурно развивающейся информационно-коммуникационной бизнес-среды применительно к деятельности высокотехнологичных предприятий промышленности, осуществляющих производство наукоемкой продукции в условиях многоукладной рыночной экономики.

Задачами дисциплины является изучение:

- сущности инфокомного менеджмента, используемых при этом терминов, понятий, современных социально-экономических и организационно-управленческих процессов, явлений, закономерностей, тенденций, генезиса формирования и развития глобальной информационно-коммуникационной (инфокомной) бизнес-среды;
- процессов развития инфокомного сектора экономики и становления инфокомной экономики, ее законов и особенностей управления такой экономикой;
- специфических черт современного инфокомного рынка и инфокомной инфраструктуры с учетом сферы действия законов сетевой экономики в условиях глобализации экономики и гиперконкуренции;
- проблем практического учета особенностей принятия управленческих решений и особенностей интерактивного управления персоналом, взаимоотношениями сотрудников в условиях опосредованных коммуникаций и телевзаимодействий для успешного достижения ими общих целей;
- аспектов самоорганизации и адаптивного поведения хозяйственных систем в условиях инфокомной бизнес-среды;
- вопросов взаимосвязи динамики инфокомной бизнес-среды, механизмов управления и базовых стратегий функционирования и развития организаций в такой среде;
- выбора критериев для классификации концептуальных основных положений инфокомного менеджмента и формирования системы его принципов;
- методов практического применения принципов инфокомного менеджмента с учетом их взаимосвязи и приоритетов на примерах конкретных предприятий;
- подходов к оценке экономической эффективности управления предприятиями, организациями, их персоналом в условиях инфокомной бизнес-среды.

Изучение дисциплины «Основы инфокомного менеджмента» базируется на следующих курсах:

- Менеджмент.
- Теория управления.
- Теория организации.
- Исследование систем управления.

Содержание дисциплины «Основы инфоком-менеджмента» позволяет студентам:

- дополнить имеющиеся у них знания, в частности, по теории и практике менеджмента новыми теоретико-методологическими и методическими основами системно-сетевому и когнитивному управлению в условиях современной инфокомной бизнес-среды,

- актуализировать их понимание происходящих социально-культурных, технико-технологических и организационно-управленческих процессов в современном материально-виртуальном пространстве жизнедеятельности людей, предприятий, организаций, их персонала с учетом тенденций глобализации экономики и виртуализации этого пространства.

1.3. Знания, умения и навыки, получаемые после освоения дисциплины.

Студент должен знать:

- объект и предмет изучения инфокомного менеджмента, его сущность, генезис, предпосылки формирования и развития информационно-коммуникационной среды на современном этапе становления и развития «общества знаний»;
- характерные черты становления инфокомной экономики, ее законы, особенности рынка и инфраструктуры в условиях глобализации экономики;
- особенности принятия управленческих решений в современных условиях инфокомной бизнес-среды и механизмов интерактивного управления персоналом в ходе опосредованных коммуникаций, когнитивные аспекты такого управления;
- вопросы самоорганизации и поведения хозяйственных систем при их адаптации к условиям инфокомной среды;
- аспекты взаимосвязи динамики инфокомной бизнес-среды, механизмов управления и базовых стратегий функционирования и развития организаций;
- концептуальную систему и принципы инфоком-менеджмента, классификацию и группирование принципов;
- особенности практического использования принципов инфокомного менеджмента с учетом их взаимосвязей;
- методы ранжирования и методики определения приоритетов принципов для их применения в управленческой практике.

Студент должен уметь:

- учитывать при разработке стратегий инновационного развития предприятий и организаций новые возможности использования специфических условий современной формирующейся и развивающейся

инфокомной среды для производства конкурентоспособной наукоемкой продукции;

- применять в экономико-управленческой практике систему принципов инфоком-менеджмента с учетом их взаимосвязи и выбора соответствующих приоритетов использования принципов;

- ставить основные задачи перед консалтинговыми фирмами или специалистами-консультантами по выбору должных системно-сетевых и технико-технологических средств при формировании и развитии адекватной инфокомной среды организации для обеспечения эффективного управления экономико-управленческими процессами и участниками этих процессов;

- оценивать экономическую эффективность использования технико-технологических систем и средств для успешного достижения целей в условиях инфокомной бизнес-среды с учетом внутренней и внешней среды организации;

- определять места и масштабы применения современных инфокомных систем, сетей, средств и технологий для достижения результативности телевзаимодействий сотрудников вследствие управленческих воздействий на них в условиях опосредованных коммуникаций;

- учитывать для решения вопросов гармонизации и/или синхронизации телевзаимодействий сотрудников масштабы всей адекватной инфокомной бизнес-среды организации и особенности режима реального времени, человеко-компьютерного взаимодействия, «человеческого фактора»;

- учитывать необходимость формирования и развития соответствующей инфокомной культуры, способствующей реализации интеллектуально-креативного потенциала сотрудников предприятия и обеспечению плодотворности их телевзаимодействий и телесотрудничества для достижения целей в условиях инфокомной бизнес-среды.

Студент должен иметь навыки:

- анализа инфокомной среды предприятия с целью определения состояния и динамики функционирования для учета в стратегиях его развития;

- использования усвоенных теоретико-методологических и концептуально-методических основ инфокомного менеджмента для эффективного достижения целей всего коллектива предприятия;

- учета системно-сетевых особенностей «динамики связности» внутренней и внешней среды предприятия, необходимости обеспечения его развития на должной и адекватной инфокомной основе;

- моделирования соответствующей бизнес-среды предприятия и использования принципов инфокомного менеджмента на основе расчета упорядоченности их приоритетов применительно к конкретной управленческой ситуации в высокотехнологичных предприятиях, осуществляющих деятельность в условиях инфокомной среды;

- оценки эффективности формирования инфокомной бизнес-среды предприятия на основе выбора новейших информационно-компьютерно-телекоммуникационных систем, сетей, средств и технологий с соответствующим программным обеспечением для их использования в экономики-управленческой практике.

2. Содержание дисциплины «Основы инфокомного менеджмента».

2.1. Темы дисциплины, лекционные часы и литература.

<i>№ n/n</i>	<i>Темы дисциплины</i>	<i>Часы</i>	<i>Литера- тура</i>
Один семестр		34	
2.1.1.	Тема 1. Понятие, особенности, модель современной информационно-коммуникационной бизнес-среды.	4	[1-24]
2.1.2.	Тема 2. Инфокомная экономика в условиях гиперконкуренции.	2	[2; 3; 5; 7; 8; 10]
2.1.3.	Тема 3. Предпосылки и факторы развития инфокомного рынка.	2	[2-6; 8-10; 12; 14-19]
2.1.4.	Тема 4. Инфокомная среда как особый тип инфраструктуры инфокомной экономики.	2	[2; 5; 9; 11-14]
2.1.5.	Тема 5. Эволюция методологии менеджмента и современные принципы управления.	4	[1-3; 7-10; 14]
2.1.6.	Тема 6. Информационно-когнитивные аспекты управления.	2	[2; 16; 20; 21]
2.1.7.	Тема 7. Развитие методологии менеджмента на основе теории систем.	2	[2; 7-10]
2.1.8.	Тема 8. Механизм самоорганизации в инфокомной среде.	2	[2; 13; 14]
2.1.9.	Тема 9. Инфокомный менеджмент и его система принципов.	2	[2; 13]
2.1.10.	Тема 10. Классы системы принципов инфокомного менеджмента.	4	[2; 4; 13]

2.1.11	Тема 11. Подклассы системы принципов инфокомного менеджмента.	4	[2; 4; 13]
2.1.12.	Тема 12. Модели и методики применения принципов инфокомного менеджмента для управления сетевыми, виртуальными организациями, их персоналом.	4	[6; 11; 13; 14; 16]

2.2. Содержание тем дисциплины.

Каждая из указанных тем раскрывается в соответствующих двух лекциях, в которых рассматриваются указанные в их названиях основные вопросы.

2.2.1. Тема 1. Понятие, особенности, модель современной информационно-коммуникационной бизнес-среды.

Лекция 1. Информационно-коммуникационные аспекты современной эпохи.

Лекция 2. Инфокомная бизнес-среда новой экономики.

2.2.2. Тема 2. Инфокомная экономика в условиях гиперконкуренции.

Лекция 3. Система законов инфокомной экономики в условиях глобализации экономики.

Лекция 4. Гиперконкуренция и развитие инфокомной экономики.

2.2.3. Тема 3. Предпосылки и факторы развития инфокомного рынка.

Лекция 5. Управленческие предпосылки и факторы развития инфокомной среды.

Лекция 6. Инфокомный рынок как экономическая форма инфокомной среды.

2.2.4. Тема 4. Инфокомная среда как особый тип инфраструктуры инфокомной экономики.

Лекция 7. Проблема связности в инфокомной среде.

Лекция 8. Процессы взаимодействия субъектов инфокомной инфраструктуры.

2.2.5. Тема 5. Эволюция методологии менеджмента и современные принципы управления.

Лекция 9. Эволюция и особенности некоторых управленческих концепций.

Лекция 10. Информация и знания в инфокомной среде.

2.2.6. Тема 6. Информационно-когнитивные аспекты управления.

Лекция 11. Когнитивные особенности принятия управленческого решения.

Лекция 12. Знания, содержащиеся в восприятии.

2.2.7. Тема 7. Развитие методологии менеджмента на основе теории систем.

Лекция 13. Принципы самоорганизации.

Лекция 14. Особенности форм и типов поведения хозяйственных систем.

2.2.8. Тема 8. Механизм самоорганизации в инфокомной среде.

Лекция 15. Механизмы самоорганизации.

Лекция 16. Инфокомный механизм самоорганизации.

2.2.9. Тема 9. Инфокомный менеджмент и его система принципов.

Лекция 18. Классификация принципов инфокомного менеджмента.

2.2.10. Тема 10. Классы системы принципов инфокомного менеджмента.

Лекция 19. Класс «общеметодологических» принципов инфокомного менеджмента.

Лекция 20. Класс «внутриорганизационных» принципов инфокомного менеджмента.

2.2.11. Тема 11. Подклассы системы принципов инфокомного менеджмента.

Лекция 21. Подкласс принципов инфокомного менеджмента «развития организаций в условиях инфокомной среды».

Лекция 22. Подклассы принципов инфокомного менеджмента «взаимодействия организации с внешней средой» и «функционирования организаций в инфокомной среде».

2.2.12. Тема 12. Модели и методики применения принципов инфокомного менеджмента для управления сетевыми, виртуальными организациями, их персоналом.

Лекция 23. Сетевые, виртуальные организации.

Лекция 24. Методические основы формирования сетевых, виртуальных структур и применения принципов инфоком-менеджмента.

2.3. Учебно-методические материалы.

2.3.1. Основная литература.

1. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.

2. Мартынов Л.М. Инфоком-менеджмент: Учебное пособие. – М.: Университетская книга, Логос, 2007. – 400 с.

3. Друкер П. Управление в обществе будущего/Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 320 с.

4. Мартынов Л.М. Как применять принципы инфоком-менеджмента: Учебно-методическое пособие. – М.: Компания Спутник+, 2007. – 113 с.

5. Варакин Л.Е. Информационно-экономический закон. Взаимосвязь инфокоммуникационной инфраструктуры и экономики. – М.: МАС, 2006. – 160 с.

6. Мартынов Л.М., Макаренченко М.А. Организационная культура в системе информационно-коммуникационного менеджмента: Учебное пособие. – СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2006. – 167 с.

7. Стрелец И.А. Сетевая экономика: Учебник. – М.: Эксмо, 2006. – 208 с.

8. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке/Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 296 с.

9. Холден Н.Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента./Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 384 с.

10. Уэбстер Ф. Теории информационного общества./Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.

11. Мартынов Л.М. Курс лекций по элективной дисциплине «Коммуникационная система в инновационном развитии организаций». – М.: ГУУ, 2003. – 212 с.

12. Чернов А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. – М.: Издательско-торговая корпорация «Данилов и К», 2003. – 232 с.

2.3.2. Дополнительная литература.

13. Мартынов Л.М. Вопросы теории и практики инфоком-менеджмента. Монография. – М.: М.: ГУУ, 2008. – 159 с.

14. Громова О.Н., Никоненко А.Г. Поведение виртуальной организации: Учебное пособие. – М.: ГУУ, 2007. – 99 с.

15. Бугорский В.Н. Сетевая экономика: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 256 с.
16. Магазанник В.Д. Человеко-компьютерное взаимодействие: Учебное пособие. – М.: Университетская книга, Логос, 2007. – 256 с.
17. Мильнер Б.З. и др. Управление знаниями в корпорациях: Учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – 304 с.
18. Карр Н.Дж. Блеск и нищета ИТ. Почему ИТ не являются конкурентным преимуществом/ Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Секрет фирмы», 2005. – 176 с.
19. Эванс Ф., Вустер Т.С. Вдребезги. Новая информационная экономика и трансформация бизнес-стратегий/Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Секрет фирмы», 2005. – 208 с.
20. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания/Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 384 с.
21. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации/Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 408 с.
22. Кравченко Т.К., Пресняков В.Ф. Инфокоммуникационные технологии управления предприятием: Учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 272 с.
23. Разроев Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг. – СПб.: Изд-во «Профессия», 2003. – 352 с.
24. Мартынов Л.М. Коммуникационная система в инновационном развитии организаций: курс лекций. – М.: ГУУ, 2003. – 212 с.

3. Рекомендации по подготовке тезауруса применяемых понятий.

В ходе лекционных занятий студентам рекомендуется не только конспектировать основное содержание изучаемых на лекциях вопросов, но также, прежде всего, обращать особое внимание на конкретные применяемые преподавателем категории, понятия, термины и их определения. Поэтому в ходе самостоятельной проработки курсов лекций студентам рекомендуется составить *тезаурус*, используя свои конспекты и рекомендуемую литературу, указанную в Разделе 2.3.

Этот тезаурус должен быть списком применяемых в данной дисциплине терминов или словарем понятий, максимально полно отражающим

«ключевые слова» с примерами их употребления, которые приводились при изложении лекционных материалов.

В тезаурусе по дисциплине «Основы инфокомного менеджмента» должны быть слова «профессионального языка» этой изучаемой дисциплины. Такие слова целесообразно представить в виде системы взаимосвязанных определений основных понятий, несущих основное смысловое содержание и раскрывающих сущность включенных в тезаурус терминов.

Сформированный таким образом каждым студентом тезаурус будет иметь соответствующую структуру, и определенную взаимосвязь понятий, терминов. Примером формирования тезауруса может быть подход, который определяет понятия в менеджменте и позволяет представить основной состав и структуру его тезауруса в виде схемы, представленной на с. 35 книги: Райченко А.В., Хохлова И.В. Менеджмент: учебное пособие (М.: ФОРУМ, 2007).

В тезаурус изучаемой дисциплины могут войти, например, такие термины:

- материальная и виртуальная бизнес-среда,
- индустриальное и постиндустриальное общество,
- информационное общество и общество знаний,
- материальные и нематериальные ресурсы и экономика,
- инфокомная бизнес-среда и инфокомная экономика,
- инфокомная инфраструктура и инфокомные телесвязи,
- сетевые, виртуальные организации,
- управление социально-экономическими системами и процессами в них,
- управление участниками социально-экономических процессов в условиях инфокомной бизнес-среды,
- инфокомная культура и инфокомная компетентность,
- инфоком-менеджмент его функции, инструментарий, составляющие его механизма и другие термины по данной дисциплине,
- опосредованные коммуникации и коммуникативная компетентность,
- человеко-компьютерное взаимодействие,
- «человеческий фактор» в виртуальной среде и др.

О формировании и подобном построении тезауруса преподаватель сообщает студентам на самом первом занятии и повторяет это на каждом последующем занятии, обращая внимание студентов на приводимые им определения терминов, пояснения понятий и категорий как «ключевых слов» в данной дисциплине.

Кроме того, как показывает наша преподавательская практика, такой тезаурус полезно использовать:

- при подготовке к зачету для ответов на вопросы к зачету, приведенные в Разделе 8,
- при изучении дисциплины, руководствуясь основными вопросами, рассмотренными в лекциях и представленными в разделе 6,
- ориентируясь по основным «блокам» вопросов и выводам по темам изучаемой дисциплины, которые приведены в разделе 7.

4. Рекомендации по подготовке доклада.

Тема доклада для каждого студента и каждой студентки определяется из представленного в разделе 8 перечня основных вопросов к зачету по изучаемой дисциплине с использованием раздела 6. Преподаватель на первом занятии выдает каждому студенту и каждой студентке тему доклада.

Содержание доклада включает в себя:

- Титульный лист с указанием МГТУ им Н.Э. Баумана, кафедры, наименования темы, ФИО студента/студентки, номер группы, ФИО преподавателя, указывается год (1 стр.).
 - Структурно-логическую блок-схему доклада (1 стр.).
 - Введение (1 стр.).
 - Обзор используемой литературы (1 стр.).
 - Три раздела в соответствии с наименованием темы:
 - » 1-й раздел – место темы в данном курсе, основные термины и определения (1-2 стр.);
 - » 2-й раздел – основные аспекты темы, их сущность (1-2 стр.);
 - » 3-й раздел – тема доклада применительно к особенностям современных экономических условий в стране: состояние, примеры, перспективы развития (1-2 стр.).
 - Заключение и Выводы (1 стр.).
 - Список цитируемой литературы (1 стр.).
- Общий объем текста доклада – 9-12 страниц.

В докладе, независимо от его темы, целесообразно отразить конкретные примеры социально-экономических и организационно-управленческих особенностей нашей страны, конкретных предприятий, используемых ИКСТ и т.п.

Текст доклада может иметь пояснения в виде необходимых рисунков, таблиц, графиков, схем, диаграмм и в этом случае допускается увеличение объема доклада более 9-12 страниц.

Доклад готовится в напечатанном виде (шрифт 14 TNR, интервал 1,5), заблаговременно передается преподавателю и по его замечаниям может дорабатываться в согласованные сроки.

Для выступления по подготовленному докладу следует подготовить:

- тезисы выступления, которыми выступающий может пользоваться в ходе доклада (степень структуризации, детализации и текстовый объем этих тезисов определяются выступающим самостоятельно, исходя из согласованного с преподавателем регламента выступления, после чего каждый студент и каждая студентка выступают с докладом на одном из занятий, при этом каждое выступление обсуждается, и докладчик отвечает на задаваемые вопросы);

- соответствующую презентацию, оформленную в PowerPointXP, которая должна адекватно сопровождать и визуализировать выступление (презентация может демонстрироваться на персональном компьютере слушателя при отсутствии проектора).

По написанному в рекомендованном объеме докладу, выступлению и презентации преподавателем проставляется на титульном листе доклада итоговая оценка, которая является своеобразным допуском к зачету (без этого – студент/студентка считаются не допущенными к зачету) и, кроме того, данная оценка учитывается непосредственно при ответах на зачете.

5. Структурно-логическая схема изучения дисциплины «Основы инфокомного менеджмента»

Рис. 5.1. Структурно-логическая схема процесса изучения дисциплины.

6. Тематика основных вопросов, рассматриваемых в лекциях.

1. Информационные, компьютерные и телекоммуникационные процессы современной эпохи в условиях их конвергенции.
2. Информационно-коммуникационная среда новой экономики.
3. Инфокомное развитие – основа развития инфокомной экономики.
4. Основные тенденции, законы и закономерности инфокомной экономики.
5. Глобализация экономики, гиперконкуренция и инфокомная среда.
6. Рыночные предпосылки развития инфокомной среды.
7. Управленческие предпосылки и факторы развития инфокомной среды.
8. Сущность инфокомного рынка, значение для него сети Интернет и других инфокомных систем и сетей.
9. Особенности российского инфокомного рынка.
10. Проблема связности в инфокомной среде.
11. Процессы взаимодействия субъектов инфокомной экономики.

12. Особенности выбора и применения инфокомных систем, средств, сетей и технологий с соответствующим программным обеспечением.
13. Состояние и перспективы использования составляющих инфокомного ресурса в управлении предприятиями.
14. Модернизация инфраструктуры экономики и создание сетевых, виртуальных институциональных структур.
15. Основные задачи управленческой инфокомной политики организаций.
16. Развитие концепций общества и эволюция теории и практики менеджмента с использованием глобальной сети Интернет.
17. Информационные особенности принятия управленческих решений в традиционной материальной экономике.
18. Когнитивные особенности принятия управленческого решения в условиях инфокомной бизнес-среды.
19. Основные проблемы и принципы самоорганизации.
20. Особенности форм и типов поведения хозяйственных систем.
21. Механизмы адаптации в традиционной экономике.
22. Инфокомный механизм самоорганизации в виртуальной бизнес-среде.
23. Понятие инфокомного менеджмента, его главная функция, особенности, инструментарий.
24. Вопросы взаимосвязи динамики инфокомной среды, механизмов управления и базовых стратегий организации.
25. Классификация основных положений концепции инфокомного менеджмента, система его принципов.
26. Класс общеметодологических принципов инфокомного менеджмента.
27. Класс внутриорганизационных принципов инфокомного менеджмента.
28. Подкласс принципов взаимодействия организации с внешней средой.

29. Подкласс принципов развития организаций в условиях инфокомной среды.

30. Подкласс принципов функционирования организаций в инфокомной среде.

31. Инфокомная компетенция и инфокомная культура в менеджменте предприятия, осуществляющего деятельность с использованием виртуальной среды.

33. Аспекты управления ресурсом «знания» и формирования «обучающихся организаций» в современном менеджменте.

34. Проблемы и перспективы развития единой материально-виртуальной экономики и управления такой экономикой.

35. Основные тенденции экономико-управленческого развития общества на пути к созданию «глобального общества знаний».

36. Сущность и особенности системно-сетевых, инфокомных и когнитивных подходов к разрешению управленческих проблем в условиях виртуальной бизнес-среды.

7. Рекомендации по подготовке к зачету по дисциплине «Основы инфокомного менеджмента».

7.1. Для подготовки к зачету обучающимся следует обратить внимание на следующие «блоки» основных вопросов, рассматриваемых в темах и лекциях дисциплины.

Роль и значение Окинавской Хартии на рубеже XX-XXI веков. Новая эпоха формирования и развития информационно-коммуникационной среды и новые возможности для взаимодействий в виртуальной среде.

Комплекс нематериальных ресурсов и приоритет ресурса «знания». Внимание менеджмента организаций к интеллектуально-креативному труду, к инновационной продукции.

Взаимосвязь и различия между становлением информационного, постиндустриального и инфокомного общества. Формирующаяся инфокомная среда. Использование инфокомных технологий людьми, организациями для взаимодействий в ходе опосредованных коммуникаций.

Глобальная сеть Интернет и инфокомное развитие. Основные особенности влияния инфокомных процессов на развитие экономики, управления, менеджмента. Аспекты и предпосылки развития инфокомной бизнес-среды. Условия и следствия перехода к информационному обществу, к обществу знаний.

Инфокомный системно-сетевой подход. Инфокомная среда – среда новой экономики, элементы инфокомной экономики. Режимы телевоздействий, телесодействий, телевзаимодействий, телесотрудничества, телетруда в условиях реального времени.

Законы Гроша, Мура, Гилдера, Хантли, Меткалфа, Варакина, Кристенсена, Келли и другие, их значение для социально-культурной и экономико-управленческой жизнедеятельности. Особенности и тенденции взаимообусловленности этих законов.

Основные особенности глобализации, позитивные и негативные ее последствия на жизнедеятельность общества. Основные факторы взаимосвязи развития инфокомной среды и глобализации экономики.

Социально-экономические предпосылки формирования и развития инфокомного рынка. Особенности современного состояния инфокомного рынка. Сущность и содержание инфокомного рынка.

Отличительные признаки гиперконкуренции и движущие силы, оказывающие на нее наиболее существенное влияние. Управленческие предпосылки и факторы указанного развития. Новые факторы успеха менеджмента в условиях инфокомной бизнес-среды.

Основные причины изменений и изменения в области управления. Рыночные предпосылки развития инфокомной экономики в условиях виртуальной бизнес-среды. Специфические особенности инфраструктуры инфокомной экономики.

Проблема связности в инфокомной среде, уровни связности, соотношение полей экономической ответственности, их «срезы». Процессы взаимодействия субъектов инфокомной экономики, возможные ситуации и разновидности случаев их взаимодействий. Модель современной инфокомной бизнес-среды.

Определения терминов «данные», «информация» и «знания». Взаимосвязь информации и знания, приоритет ресурса «знания» в процессах, связанных с функционированием и развитием организаций в инфокомной среде.

Семиотика: синтактика, семантика, прагматика. «Человеческие информационные фильтры» и механизм восприятия сигналов, сообщений. Сведений из внешней среды для формирования релевантных знаний.

Когнитивные особенности принятия управленческих решений. Схема формирования когнитивных структур общего знания субъекта. Управленческие схемы «мышление-действие» и «знание-поведение». Каузальные схемы и когнитивные клише. Схемы формирования ментальных моделей менеджмента. Взгляды на «природу» когнитивного механизма. Когнитивные аспекты управления. Восприятие и знание. Основные функции восприятия.

Социально-экономическая организация как хозяйственная система. Определение «самоорганизации», по Г. Хакену. Базовые принципы функционирования самоорганизующихся, самоуправляемых систем. Основопологающее значение самоорганизации для экономики, по И.М. Сыроежину.

Организация – как объект, и организация – как процесс. Основные характеристики сложных самоорганизующихся систем. Их свойства при взаимодействии с внешней средой. Современные изменения в теории систем и в теории хозяйственных систем. Основные особенности форм и типов поведения хозяйственных систем. Уровни адаптации организации к внешней среде.

Механизмы адаптации «традиционной» экономики, их взаимосвязь, приоритеты. Триединство адекватных механизмов в условиях инфокомной среды, их приоритеты, взаимосвязь и действие. Комплексный инфокомный механизм самоорганизации в условиях инфокомной бизнес-среды, его приоритеты, взаимосвязь и действие. Особенности инфокомного механизма.

Понятие и сущность инфоком-менеджмента. Его основная функция и инструментарий. Две тенденции и закономерности, приводящие к инфокомной парадигме. Вопросы взаимосвязи динамики инфокомной бизнес-среды, механизмов управления и базовых стратегий организации, осуществляющей свою деятельность в виртуальной среде.

Классификация основных концептуальных положений инфокомного менеджмента. Система принципов инфокомного менеджмента, их классификация и взаимосвязи.

Основные характерные черты управления организациями, персоналом в условиях современной инфокомной бизнес-среды.

Классы и подклассы принципов инфокомного менеджмента, их группы и подгруппы. Сущность каждого принципа и основной смысл их групповых обобщений.

Особенности сетевых, виртуальных организаций. Оценки эффективности формирования адекватной инфокомной инфраструктуры и бизнес-среды организации.

Методы, примеры и методики упорядочивания и ранжирования принципов инфокомного менеджмента, схемы рассмотрения их взаимосвязей, необходимые для их применения в практике инфокомного менеджмента.

7.2. Для подготовки к зачету обучающимся следует обратить внимание на основные выводы, сделанные в лекциях по рассматриваемым темам, и, прежде всего, на следующие указанные ниже аспекты, на их структурно-логические взаимосвязи между собой для усвоения всего содержания дисциплины.

Построение и развитие глобального информационного (постиндустриального) общества признается ведущей мировой тенденцией XXI века. Она определяет как причина (одновременно являясь и следствием) необходимость формирования глобального экономического пространства.

Рассмотренные предпосылки и условия перехода к информационному обществу с учетом аспектов широкого использования инфокомных технологий во всех сферах жизнедеятельности общества. Их применение в деятельности людей, организаций служит основой формирования современной инфокомной среды, что позволило сформулировать ее определение и обосновать необходимость и возможность ее моделирования и происходящих в ней процессов.

Формирование и развитие инфокомной среды характерно для инфокомной эпохи, подготавливающей наступление информационного общества, которое все больше рассматривается как общество знания.

Поэтому такая эпоха является самостоятельным этапом развития цивилизации как начальным периодом становления постиндустриальной цивилизации.

Расширение масштабов экономической деятельности, осуществляемой в инфокомной среде, ведет к развитию новых институциональных структур и к формированию такого явления, как инфокомная экономика. Она, как экономика в виртуальной бизнес-среде, имеет характерные черты и особенности.

Развивающаяся инфокомная экономика имеет системно-сетевую основу за счет широкого использования новейших технологий, сетевых, виртуальных организационно-структурных схем управления на их основе. В рассматриваемой экономике действуют тенденции, законы и закономерности, обусловленные инфокомным развитием, взаимосвязанным с процессами глобализации экономики и гиперконкуренции.

Законы инфокомной экономики представлены как триединство эмпирических законов развития в области «связи», «информатики» и социально-экономических потребностей общества, организаций, людей, каждого человека в коммуникациях, в знаниях. Рассмотрена взаимосвязь таких законов, как законы Гроша, Хантли, Мура, Гилдера, Меткалфа, роста объемов и темпов роста информации и знаний, «информационно-экономический закон» Варакина Л.Е., «законы сетевой экономики» К. Келли, «закон сетевого создания стоимости К. Кристенсена и другие законы и закономерности инфокомной экономики.

Важнейшей социально-экономической предпосылкой формирования и развития инфокомной экономики является глобализация экономики и гиперконкуренция. Их влияние наиболее ярко проявляется в изменении характера, масштабов и динамики в следующих потоках: движении продукции и услуг между странами и секторами экономики, между регионами мира; движении финансового капитала; миграции населения, вызванной потребностями осуществления экономических функций; валютных операций на международных рынках; движении интеллектуальной продукции, идей и концепций, информации и знаний, интеллектуального капитала и различных видов интеллектуальной собственности, интеллектуальных новшеств, новаций, ноу-хау, схем их коммерциализации и оптимальных схем коммуникаций.

Глобализации и гиперконкуренции присущи как позитивные, так и негативные особенности их влияния на социально-экономическое развитие общества, на управление, менеджмент, что необходимо учитывать в практике инфокомного менеджмента.

Экономической формой инфокомной бизнес-среды выступает современный рынок инфокомных продуктов, работ, услуг, систем, средств, технологий, программного обеспечения и темпы информатизации, компьютеризации и развития телекоммуникаций. Такой рынок следует рассматривать как систему организационно-экономических отношений, опосредующих функционирование инфокомной среды. Эти отношения обеспечивают обмен инфокомными продуктами и услугами, нематериальными благами на основе формирования спроса и предложения, а также механизмов предоставления таких благ поставщиками (разработчиками и посредниками) потребителям (конечным пользователям). В настоящее время инфокомный рынок является одним из наиболее рентабельных и динамично развивающихся секторов мирового рынка.

Инфокомный рынок реализуется через элементы инфокомной инфраструктуры, которая образуется из соответствующего технико-технологического комплекса и реализуется через инфокомные телесвязи. Рассмотренная инфраструктура и использование экономическими субъектами новейших ИКСТ позволяют обеспечивать телевзаимодействие, телесотрудничество этих субъектов во всей инфокомной среде, существенно влияя при этом на формирование их экономических отношений и эффективность их взаимодействий для достижения общих целей.

Важнейшим результатом функционирования инфокомной инфраструктуры с системной точки зрения является повышение связности хозяйства. Связность любой экономической системы, внутренне определяемая отношением полей экономической ответственности образующих её элементов, выступает как единство принципов принятия решений в этих элементах. Поэтому особенность инфраструктуры инфокомной экономики, содержащей в себе системно-сетевую основу, заключается в том, что она обеспечивает связность экономических систем.

Инфокомная экономика требует, с одной стороны, адекватного менеджмента, с другой стороны, – учета того, что методология управления в условиях инфокомной бизнес-среды должна базироваться на современных научных достижениях. Проанализированные принципы различных концепций менеджмента и рассмотренная их эволюция позволили выделить

новые тенденции и обобщить концептуальные взгляды в виде принципов, характерных для современных парадигм управления.

С учетом особенности инновационного развития организаций в условиях инфокомной бизнес-среды показана определяющая роль основы создания новых продуктов, работ, услуг за счет организационно-управленческих новшеств, новаций на инфокомной базе.

В концепции нового вида менеджмента для условий инфокомной бизнес-среды важнейшую роль играют когнитивные аспекты, приоритет ресурса «знания», адекватных и эффективных схем коммуникаций и коммуникативных процессов. При этом наиболее важным является построение когнитивной структуры общего знания субъекта. Отсюда следует существенная особенность значимости формирования и анализа ментальных моделей, которые складываются у субъектов в процессе управленческого взаимодействия, что во многом определяет формирование их хозяйственных интересов и ментальных моделей менеджмента.

Наиболее высокого уровня эти процессы достигают в организациях в условиях развитой их инфокомной среды, в которой они могут стать для организации эффективным инструментом управления. Поэтому в практике менеджмента в такой среде важен учет когнитивного подхода к разрешению возникающих организационно-управленческих проблем с учетом «глобально-локальных» и системно-сетевых его аспектов.

Важнейшим понятием когнитивных теорий является понятие «восприятие». Восприятие характеризуется рядом функций, свойств, и их учет в менеджменте особенно необходим применительно к условиям телевоздействий, телевзаимодействий, телесотрудничества, телетруда в виртуальной среде.

Хозяйственные системы имеют свойства, позволяющие говорить о них как о системах самоорганизующихся. Эти свойства обуславливают и особенности типов поведения систем, активно взаимодействующих с внешней средой. Следует различать оптимизирующий и адаптивные типы поведения, в том числе, – не только такие, как реакция и адаптация, но и самонастройку, самоорганизацию и самоуправление.

Реализация процессов самоорганизации хозяйственных систем осуществляется на основе движения ресурсов в системе, движения и согласования хозяйственных интересов участников процесса. Разнообразие

хозяйственных интересов – источник развития организации, а принцип дифференциации и согласования хозяйственных интересов – важнейший принцип для условий инфокомной бизнес-среды.

В инфокомной бизнес-среде осуществляются две тенденции: усиление дифференциации хозяйственных интересов на основе дифференциации ресурсов и развитие возможностей более эффективного их согласования за счет роста связности. Это происходит, прежде всего, в «информационном слое» организации с учетом механизма интерпретации информации в релевантные знания, коммуникативных и коммуникационных процессов, а также когнитивных структур общего знания субъектов. В управленческой практике все это осуществляется в рамках адекватного механизма, реализующегося через задействование инфокомных связей во внутренней и во внешней среде организации.

Самоорганизация в традиционной экономике может осуществляться, в основном, в форме структурного, административного, информационного механизмов. В настоящее время эти механизмы все больше интегрируются с другими «новыми» механизмами, для которых характерен учет интеллектуально-креативных механизмов интерпретации информации в знания, чем и определяется их приоритет. Указанные три механизма вместе с другими рассмотренными механизмами составляют инфокомный механизм. Его системная функция – выявление и согласование хозяйственных интересов в организации и во всем соответствующем масштабе инфокомной бизнес-среды.

Информационно-коммуникационный (инфокоммуникационный) или *инфокомный менеджмент (ИКМ)* рассмотрен как механизм самоорганизации хозяйственных систем в условиях рассматриваемой среды. Функцией этого ИКМ является регулирование деятельности организации в условиях инфокомной бизнес-среды на основе выявления и согласования хозяйственных интересов. Инструментами ИКМ являются инфокомные ресурсы и связи, схемы и сети коммуникаций, включая масштабы схем «Интранет-Интернет-Экстранет», не ограниченных в своем развитии континуумом «пространство-время» при наличии инфокомной компетенции для их реализации.

ИКМ – это методология управления, в основе которой лежит идея о доминирующей роли инфокомного механизма в процессах самоорганизации в рассматриваемой бизнес-среде. Обобщение теоретического базиса методологии управления организациями, персоналом в условиях инфокомной

среды представлено в виде концепции и системы принципов ИКМ, включающей в себя их классы, подклассы, группы и подгруппы

Концепция управления организацией, персоналом в инфокомной среде представлена в виде системы, состоящей из 35 принципов ИКМ и 16 характерных черт такого управления. Концептуальная система принципов включает классы общеметодологических и внутриорганизационных принципов, подклассы принципов взаимодействия с внешней средой, принципов развития и функционирования организации в инфокомной бизнес-среде.

Принципы ИКМ обоснованы путем теоретических обобщений с учетом выявленных «пяти движущих сил», связанных с проявлением гиперконкуренции, и «семи факторов успеха» управления, учитывающих специфику менеджмента в условиях инфокомной бизнес-среды.

Рассмотренные основные модели инфокомной среды позволили учесть важные характеристики управления в ней с учетом мультимедийного характера процессов технико-технологического развития систем телесвязи и информатики в условиях их конвергенции. Для такого управления характерен учет тенденций и закономерностей глобализации инфокомных систем и сетей, имеющих все более мобильные и миниатюризированные инфокомные терминалы пользователей, с возрастающими полифункциональными возможностями из-за конвергенции развития связи и информатики, сети Интернет и «традиционной» телефонии и т. п.

Особенности и характерные черты ИКМ, рассмотренные с необходимыми пояснениями все 35 его принципов позволили дать некоторые рекомендации о том, как применять принципы ИКМ с учетом их упорядочивания и ранжирования по приоритетам в конкретной практике управления организациями, предприятиями, их персоналом применительно к условиям инфокомной среды.

Учет места ИКМ в существующих видах менеджмента позволяет рассматривать единство экономики и управления организациями, персоналом в условиях современной материально-виртуальной среды. Оно определяет «вектор» развития менеджмента на современном этапе формирования глобального «общества знаний». В связи с этим возрастает роль инфокомной компетентности в менеджменте и инфокомной культуры, управления

ресурсом «знания» и формирования «обучающихся организаций», эффективной реализации интеллектуально-креативного потенциала сотрудников организаций, применяющих ИКМ.

Появление ИКМ явилось предпосылкой становления менеджментологии как учения о комплексе видов менеджмента (как его разновидностей). При этом актуализируется рассмотрение как теоретических основ каждого вида менеджмента с учетом аспектов виртуальной бизнес-среды, так и методических их положений с учетом принципов ИКМ. Эта актуализация обусловлена бурным развитием виртуальной составляющей современной материально-виртуальной среды жизнедеятельности общества.

7.3. После изучения лекционных материалов с учетом изложенных выше разделов 7.1 и 7.2 обучающимся рекомендуется также воспользоваться, в частности:

- литературой, указанной в подразделе 2.3,
 - тезаурусом, составленным в соответствии с разделом 3,
 - структурно-логической схемой, приведенной в разделе 5,
 - тематикой основных рассмотренных в лекциях вопросов, указанных в разделе 6
- и подготовить к зачету ответы на указанные в разделе 8 вопросы, не забывая при этом приводить примеры использования таких наиболее часто применяемых технологий, как:**

- > Customer Relationship Management (CRM) – система управления взаимоотношениями с клиентами;
- > Capacity Requirements Planning (CRP) – система управления планированием производственных мощностей;
- > Distribution Requirements Planning (DRP) – система управления планированием распределенных ресурсов;
- > Enterprise Resource Planning (ERP) – система управления планированием ресурсов;
- > Finance Resource/Requirements Planning (FRP) – система управления планированием финансовых ресурсов;
- > Knowledge Discovery in Databases (KDD) – система обнаружения знаний в базах данных;

- > Master Planning Schedule (MPS) – система управления объемно-календарным планированием;
- > Material Requirements Planning (MRP) – система управления материальными ресурсами;
- > Manufacturing Resource Planning (MRP II) – интегрированная система управления планирования, включающая системы MRP и CRP;
- > Customer Focused Manufacturing (CFM) – система управления производством, ориентированным на покупателя.

8. Вопросы к зачету по дисциплине «Основы инфокомного менеджмента».

1. Каков состав комплекса инфокомного ресурса и каковы его особенности?
2. Как определяются термины «инфокоммуникации», «инфокомные технологии» и что такое «инфокомное развитие»?
3. Что можно отнести к основным направлениям влияния инфокомных процессов на экономику и управление экономикой?
4. Каковы основные факторы и предпосылки формирования и развития инфокомной среды?
5. Что можно отнести к условиям становления и развития инфокомного общества?
6. Почему современную эпоху можно назвать «инфокомной эпохой»?
7. Как можно определить, что такое «сетевая экономика» и «инфокомная экономика»?
8. Каково определение «инфокомной среды» и какой наглядной схемой можно пояснить это определение?
9. Что можно отнести к элементам инфокомной экономики?
10. Каков состав системы законов инфокомной экономики и каковы их сущности и описательные особенности?
11. Что является важнейшей социально-экономической предпосылкой формирования и развития инфокомной экономики?
12. В чем заключается взаимосвязанность процессов инфокомного развития и глобализации экономики?
13. Что понимается под гиперконкуренцией и каковы отличительные ее признаки?
14. Какие выявлены «основные движущие силы гиперконкуренции» и как их можно охарактеризовать?
15. Какие выделены «факторы успеха» в условиях гиперконкуренции и как их можно охарактеризовать?

16. Что такое «матрица нового менеджмента в условиях гиперконкуренции» и в виде какой схемы можно пояснить эту «матрицу»?
17. Какой рынок выступает экономической формой инфокомной бизнес-среды?
18. Какие можно выделить особенности инфокомного рынка?
19. Почему между развитыми странами обостряется конкурентная борьба за лидирующее положение на инфокомном рынке?
20. В чем заключается основная особенность инфраструктуры инфокомной экономики?
21. Какова схема модели инфокомной среды, и каковы ее «элементы» и «компоненты»?
22. На каких основных научных дисциплинах базируется методология управления организацией в условиях инфокомной бизнес-среды?
23. Почему новая парадигма «менеджмента в инфокомной среде» потребовала пересмотра принципов управления?
24. Что представляет собой процесс управления в условиях инфокомной среды и какова роль данных, информации и знаний при этом?
25. Что такое когнитивная структура общего знания субъекта?
26. Что такое «множество каузальных схем», «когнитивные клише», «ментальные модели менеджмента»?
27. Что означает термин «восприятие» и каким рядом функций и свойств характеризуется восприятие?
28. В чем состоит основное отличие когнитивного подхода от традиционного логического подхода?
29. Какие известны принципы самоорганизации и почему можно считать, что самоорганизующиеся системы – это познающие (когнитивные) системы особого рода?
30. Почему принято считать, что хозяйственная система выступает активной движущей силой общественного развития?
31. Что означают «адаптивный тип поведения организации»?
32. Какие выделены уровни адаптации и как их можно охарактеризовать?
33. Почему принцип дифференциации и согласования хозяйственных интересов – важнейший принцип с точки зрения теории хозяйственных систем и управления ими в условиях инфокомной среды?
34. Какова сущность понятия «связность» и почему развитие возможностей более эффективного согласования хозяйственных интересов может осуществляться за счет роста связности?
35. На основе каких механизмов может осуществляться самоорганизация в «традиционной» материальной экономике?
36. Каков состав инфокомного механизма самоорганизации в условиях инфокомной среды?
37. Что означает выражение «инфокомный вектор современного развития менеджмента» и что это за вектор?
38. Какова сущность инфокомного менеджмента и каковы его функция и инструментарий?

39. Что такое инфокомная культура и как ее можно охарактеризовать?
40. Какие можно выделить базовые стратегии организации и звенья их реализации?
41. В виде какой схемы можно наглядно отобразить взаимосвязи динамики инфокомной среды, механизмов управления и базовых стратегий организации?
42. Какова классификация системы принципов инфокомного менеджмента?
43. Какие можно выделить характерные черты управления в условиях инфокомной бизнес-среды?
44. Каковы особенности «обучающейся организации» и «управления знаниями» в условиях инфокомной среды?
45. Какие осуществляются преобразования в организациях, использующих теорию инфокомного менеджмента в управленческой практике?
46. Как можно наглядно представить схему системы принципов инфокомного менеджмента и в чем сущность их взаимосвязи?
47. Как можно ранжировать принципы инфокомного менеджмента при его применении в сетевых, виртуальных организациях, в высокотехнологичных предприятиях?
48. Каковы особенности управления персоналом в условиях инфокомной среды?
49. Какие возможны для реализации схемы ведения бизнеса в виртуальной среде?
50. Каково значение инфоком-менеджмента для условий современной материально-виртуальной бизнес-среды?
51. Какие Вы можете привести примеры инфокомных систем, сетей, средств, технологий с соответствующим программным обеспечением и каково их предназначение?
52. Какие Вы можете привести примеры использования ИКСТ в высокотехнологичных или в других предприятиях?
53. Каковы характерные черты управления организациями в условиях инфокомной среды?
54. Каковы особенности проявления характерных черт управления в инфокомной бизнес-среде?
55. Каков состав теоретико-методологического базиса инфокомного менеджмента?
56. Каковы основные концепты теории инфокомного менеджмента?
57. Что такое менеджментология и почему можно считать инфокомный менеджмент предпосылкой становления менеджментологии?
58. Какую роль играет инфокомный менеджмент при рассмотрении теоретических основ других видов менеджмента?

9. Заключительная рекомендация.

При возникновении непосредственно перед зачетом непредвиденных обстоятельств, связанных с изучением тех или иных аспектов тематики данной дисциплины, обучающиеся могут задать вопросы, воспользовавшись адресом электронной почты автора – LivonMartinov@mail.ru.

