



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)


Кафедра информатики и математики

КУРСОВАЯ РАБОТА

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ВНЕДРЕНИЯ В2В ПРОЕКТОВ

Работу выполнила: _____  11.05.2018 М.С. Арзумоньян
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)
Филиал ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Новороссийске курс 3 ОФО
Направление 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Научный руководитель
Доцент, канд. физ.-мат. наук, доцент _____  11.05.18 И.Г. Рзун
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер
Специалист по УМР _____  14.05.2018 О.П. Гринчишина
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Основные понятия	4
1.1 Общая теория создания B2B проектов.....	4
1.2 Корпоративные ИС для создания B2B проектов.....	8
2 Модели бизнес-процессов.....	10
2.1 Понятия построения модели бизнес – процессов.....	10
2.2 Ramus. Основные свойства и понятия.....	13
2.3 ARIS Express. Принципы создания схем.....	15
3 Создание схем разработки B2B на примере компании ПАО «Лемикс».....	17
Заключение.....	24
Список использованных источников.....	25

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы состоит в том, что создание B2B проектов является одним из самых важных частей отраслей развития электронного бизнеса. Он основывается на информационном или экономическом взаимодействии. Предполагается создание товаров и услуг для профессионального использования, а не для конечного пользователя (клиента).

Создание B2B проектов получило большую популярность в сфере развития электронной коммерции, так как данная площадка объединяет в себе решение как для покупателей, так и для поставщиков, так как является интегрирующим звеном единой системы на базе централизованного портала.

В современном мире так же имеет место понятие электронной экономики (цифровая экономика). С ростом населения планеты и мобилизации ресурсов, электронная экономика не ограничивается бизнесом электронной торговли и сервисов, а затрагивает каждый аспект жизни: здравоохранение, образование и так далее.

Целью курсовой работы является построение схемы разработки B2B проектов.

В курсовой работе будут рассмотрены такие программы как Ramus, для создания схемы разработки и непосредственной работы B2B проекта, Aris Express для рассмотрения разнообразия моделирования бизнес - процессов.

Объект исследования – разработка B2B проектов, электронная коммерция, цифровая экономика.

Метод исследования - изучение теории, анализ литературы, обобщение собранных данных, практическое применение полученных знаний при создании схемы разработки проекта.

В курсовой работе описаны бизнес – процессы и методы их моделирования, созданы схемы на примере компании ОАО «Лемикс».

1 Основные понятия

1.1 Общая теория создания B2B проектов

Бизнес для бизнеса или B2B – сокращенное от английского выражение business to business, это торговая и маркетинговая деятельность предприятия или же компании, направленная на получение прибыли от оказанных услуги продажи своего товара не частным конечным потребителям, а иным компаниям и предприятиям, которые употребляют эти услуги и товары для развития своего собственного бизнеса.

Товары и услуги B2B – товары и получаемые услуги, которые в конечном итоге ведение и осуществления бизнеса используются полностью, без остатка. В результате ведения бизнес- деятельности, на основе полученных товаров и услуг, создаются видоизмененные или же абсолютно иные товары и услуги для пользования конечным потребителям.

Оказание услуг и продажа товаров B2B – является торговой деятельностью, где в качестве покупателя выступают организации, компании и производства. Определению оказания услуг и продажа товаров B2B подлежит деятельность компании, направленная на клиентов не частного конечного потребления, а юридическим лицам, которые покупают данные товары не для перепродажи, а для собственного использования с целью ведения своего бизнеса.

B2B, как бизнес модель можно понять на примере компании– покупателя, которая использует полученный ею товар целей:

- собственного потребления компании, необходимого для ведения бизнеса;
- изменения или улучшения производимого ею товара;
- полного изменения производства товаров, в результате которого появляются абсолютно другие, новые товары;

Моделью ведения бизнеса можно считать бизнес, где производитель создает социальную, экономическую и прочие формы стоимости, которые образуются за счет поставки иным компаниям товаров и услуг, для которых эти товары являются объектом внутрикорпоративного потребления или же объектами для ведения бизнеса.

Бизнесом для бизнеса производственных компаний считается деятельность компаний – поставщиков по обеспечению иных компаний услугами и товарами, средствами производства, предназначенных для производства других конечных товаров.

Электронная коммерция – деятельность, направленная на продажу товаров и оказание услуг посредством интернета, методом онлайн продаж. Такую деятельность принято считать инструментами осуществления B2B проектов.

Подобная форма ведения бизнеса для компаний – интеграторов – это деятельность, основывающаяся на закупках и поставках услуг и товаров у различных поставщиков для формирования определенного предложения потребителям, комбинируя их под определенные потребности и требования для создания дополнительной характеристики, а также ценности для конечного потребителя.

Дистрибуция к сегменту рынка B2B не относится, так как компании производят товар сами – не покупают его и не перепродают, осуществляя свою деятельность самостоятельно.

Деловой, индустриальный и промышленный маркетинг, имеющий свою конкретную ориентированность, является частью ведения B2B проектов, но направлен не на конечного пользователя, а на другой бизнес.

Целью такого маркетинга является обеспечение гарантий коммерческих выгод от использования B2B услуг и товаров, за счет обеспечения их сопроводительными услугами, поставками, дополнительным оборудованием и прочим.

Целевая аудитория проектов В2В – это сотрудники и компании, которые покупают услуги и товары для своей собственной деятельности, производства товаров или же услуг, с целью переработки. Это является главным критерием отличия маркетинговых стратегий ведения В2В проектов.

Сегмент рынка В2В ориентирован на организацию взаимодействий компаний между собой в процессе производства и продаж товаров между ними. Продажа таких товаров совершается оптом на уровне организации.

Медиа носители, целевой характеристикой которых является направленность на профессионалов какой-либо определенной сферы или отрасли объединяет понятие «В2В – медиа». К таким «медиа» относят издания, посвященные конкретным вопросам логистики, финансов, менеджмента, учета, продаж, различных секторов экономики и так далее. Данные ресурсы и источники медиа используются зачастую с целью получения необходимой информации для осуществления своей деятельности.

На рисунке 1 представлена схема разработки и реализации В2В проекта.



Рисунок 1 – Реализация В2В проекта

В данный период времени электронная коммерция получила особую популярность в сегменте создания В2В проектов. Ключевым параметром

популярности является простота ресурсов для разработки и большое распространение информации о продукте.

Взяв в сравнение использование традиционных электронных систем обмена данными, которые направлены и рассчитаны на работу в узкопрофильной сфере, то есть в пределах внутренней сети предприятия, работа с применением B2B продукта оказывается выгоднее, особенно в случае компаний, которые хотят установить связи не только с крупными, но и с малыми потребителями и поставщиками, которые в свою очередь не имеют возможности поддержания таких дорогостоящих традиционных электронных систем. С помощью товаров B2B крупные и малые предприятия могут взаимодействовать друг с другом для получения выгоды, что приведет к росту компании и повышению конкурентоспособности.

Площадка, сформированная B2B проектом, объединяет в себе решения как для поставщиков, так и для предпринимателей, интегрируя все их потребности в единую систему на базе центрального портала.

В зависимости от типа конкретной торговой площадки, необходимо учитывать ряд важных факторов и аспектов для осуществления успешной работы:

- простота и доступность для новых участников (легкий и беспрепятственный вход);

- масштаб и надежность (появление новых участников не должно влиять на функциональность и общую работу площадки);

- доступность информации и ее управление (своевременное обновление информации, и ее соответствие действительности)

- интеграция (площадка должна включать все виды электронной коммерции для привлечения новых участников и удобства пользования);

- безопасность (хранение данных и обеспечение их защиты);

- анализ (аналитика и рассмотрение текущих проблем для последующего решения);

-дополнительные сервисы (например, аукционы или иные финансовые услуги).

Основным недостатком создания и поддержания B2B площадки является высокая цена на создание, поддержание и обслуживание такой крупной информационной системы.

1.2 Корпоративные ИС для создания B2B проектов

Информационные системы корпоративного характера являются основой создания B2B систем, так как они автоматизируют и оптимизируют процессы взаимодействия между всеми внутренними секторами внутри предприятия. Это позволяет эффективно организовать взаимодействия и связь среди поставщиков со своими клиентами.

В состав корпоративных информационных систем обычно входят следующие модули:

- финансовое управление;
- производственное управление;
- управление складскими запасами;
- кадровое управление;
- управление взаимоотношениями с поставщиками;
- управление взаимодействиями с клиентами;

Однако корпоративные информационные системы не являются полноценной системой торговли B2B, даже с учетом, что некоторые ее подсистемы (модули) могут выполнять множество различных функций, в том числе деятельность предприятия по торговле или закупке товаров.

Электронные торговые площадки имеют предназначение в виде организации коммерческой деятельности предприятий (участников). В свою очередь торговые площадки B2B проектов по принципам создания следует делить на следующие три основных группы:

- частные;

-независимые;

-отраслевые;

Цели, успешно достигающиеся при внедрении решений B2B проектов следующие:

-снижение издержек, снижение кадровых расходов (издержки на персонал), снижение нагрузки на персонал;

-увеличение объема продаж за счет реализации продукции в сети интернета;

-контроль качества оказания услуг на всех стадиях взаимодействия с партнерами (клиентами);

-ведение статистических данных;

-интеграция с любыми программами учета;

Схема торговой системы B2B выглядит следующим образом.

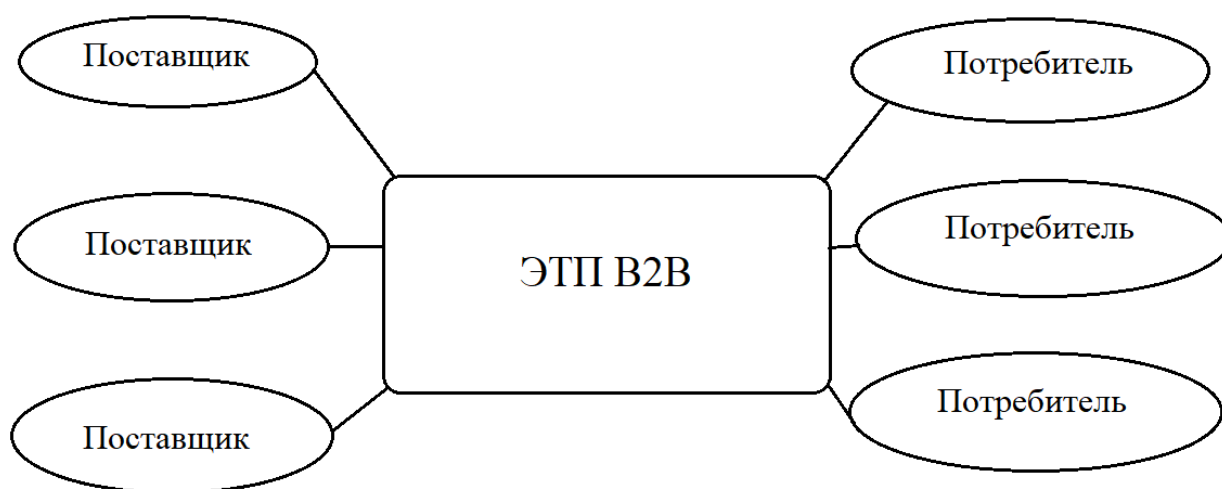


Рисунок 2 – Схема торговой площадки B2B

2 Модели бизнес-процессов

2.1 Понятия построения модели бизнес – процессов

Бизнес – процесс является логически завершенной цепочкой повторяющихся видов деятельности и их взаимосвязей. В результате составления логической цепочки достигаются определенные результаты, которые, в последствии, будут использоваться для различных целей (улучшение продукции или создание новой продукции, удовлетворение внутренних или внешних потребностей).

Основополагающие действия составления бизнес – процессов могут осуществляться людьми, то есть вручную или с помощью иных средств: компьютерных или механических, или с помощью полностью автоматизированных систем. Общую эффективность деятельности и объемы выполненных действий определяют такие факторы как порядок выполненных действий и люди, которые их исполняют. Главной задачей предприятия или производства, которое ставит своей целью совершенствование своей деятельности, является построение бизнес – процессов, которые были бы логически обоснованными и включали исключительно необходимые действия.

Понятие моделирования имеет несколько значений. Под моделированием принято понимать процесс построения какой-либо модели, будь то физическая или виртуальная модель, с целью создания образа оригинала, который отражает его ключевые функции, свойства и черты. Если рассматривать уже существующую модель, то такое моделирование считается процессом анализа или исследования функция и свойств системы, то есть самой модели. Ключевой целью любого моделирования бизнес – процессов считается описание (рассмотрение) хода всех бизнес – процессов компании, при этом важной частью является результат выполнения процесса: его объемы, эффективность, исполнители, документооборот, надежность

процесса, вероятность неудачного выполнения и возможность модифицирования или расширения в будущем.

Модель бизнес – процесса это формально выраженное табличное, текстовое, символьное или графическое описание, которое включает в себя существующую или разрабатываемую систему деятельности предприятия.

Образ бизнес – процесса (модель), как правило, содержит следующие данные о деятельности предприятия:

- набор составляющих и ключевых бизнес – функций;
- порядок выполнения необходимых или разработанных бизнес-функций;
- контроль управления в рамках бизнес-процесса;
- исполнители и создатели каждой бизнес-функции;
- документооборот, вся документация на осуществление бизнес - функций;
- ресурсы и затраты для выполнения каждой бизнес-функции;
- условия, описывающие выполнение каждой бизнес- функции;
- параметры и свойства, описывающие характер выполнения бизнес-функций и процесса в целом.

В компании создание моделей бизнес – процессов помогает решить множество задач, и, зачастую, направлены на улучшение деятельности предприятия. Создание бизнес – процессов объединяет в себе:

- определение результата бизнес – процесса и оценка его значения для предприятия в целом.
- определение порядка действий, включенных в бизнес – процесс. Эти действия помогают определить набор задач и действий, необходимых для детального понимания процесса функционирования.
- определение порядка действий, которые выполняются как последовательно, так и параллельно.

- разделение ответственности. Каждый сотрудник или отдел несет ответственность за выполнение определенной функции или процесса в целом.

- определение ресурсоемкости бизнес – процесса. Какой объем ресурсов будет использоваться для осуществления того или иного этапа бизнес – процесса, их оптимизация путем планирования расходов.

- понимание сути взаимоотношений между участниками взаимодействий, то есть среди сотрудников и подразделений предприятия. Оценка и повышение эффективности коммуникации между ними.

- рассмотрение документооборота в ходе процесса реализации бизнес – процесса.

- определение потенциально слабых мест и возможность их улучшения или устранения для оптимизации бизнес – процессов.

- внедрение стандартов качества и прохождение сертификации в будущем.

- использование модели бизнес – процессов как руководства для привлечения новых сотрудников.

- внедрение автоматизации бизнес – процессов как полностью, так и частично. Включая взаимодействие с клиентами, поставщиками или партнерами, то есть с внешней средой.

- описание деятельности предприятия в целом для определения совокупности бизнес – процессов.

Необходимость применения моделирования обуславливает постоянное усложнение уже существующих бизнес – процессов, производственно – технических и организационно – экономических систем с целью совершенствования и улучшения функционирования и повышения эффективности деятельности предприятия. В настоящий момент времени, эта проблема является актуальной с появлением автоматизированных систем производства и компьютеризированных учетов деятельности предприятия.

Методология IDEF включает в себя три методологии создания моделей, основанных на графическом представлении данных, как систем:

- IDEF0 формирует создание функционала модели, которая отражает состав и структуру системы в целом, а также информацию, присутствующую в ней.
- IDEF1 используется для создания информационных моделей, в которых описываются информационные потоки.
- IDEF2 осуществляет возможность построения динамической (изменяющейся во времени) модели.

2.2 Ramus. Основные термины и понятия

Ramus является наиболее популярным инструментом анализа предприятия. Он используется для построения моделей, организации или реорганизации структуры компании. К таковым могут относиться: проекты по реинжинирингу бизнес-процессов, проекты по внедрению управления процессами и т.п.

Основные функции Ramus:

- моделирование процессов (использование методологий создания схем IDEF0 и DFD).
- разработка систем классов и внедрения кодирования предприятия с внутренними связями, которые тесно связаны и с моделями бизнес - процессов.
- формирование отчетности по моделям и системам классификаций и так далее.

Основой методологии IDEF0 является графическое моделирование систем. Графический язык описания имеет следующие свойства:

- полное и выразительное средство, наглядно представляющее большой спектр деловых, экономических, производственных и других процессов и всевозможных операций предприятия на любом уровне детализации.

- язык графического описания обеспечивает точное и лаконичное описание моделей создаваемых объектов в удобной интерпретации.

- язык облегчает взаимодействие системного анализа с другими отчетностями, а также показывает существующие коммуникативные взаимодействия среди разработчиков и работающего персонала, то есть служит средством информационного общения посредством диаграмм и схем в процессе обсуждения и утверждения результатов моделирования.

- данный вид моделирования уже достаточно долго время используется в качестве метода моделирования. Является эффективным, проверенным и работоспособным инструментом.

- методология проста в использовании, изучении и освоении.

Основой концепции данного вида моделирования является представление информации в виде блок – схем, взаимосвязанных между собой, отображающих процессы, действия и операции, которые происходят на предприятии. Масштаб данных схем зависит только лишь от области рассмотрения. Данный вид моделирования показывает потоки (входящие и исходящие). Пример представлен на рисунке ниже.

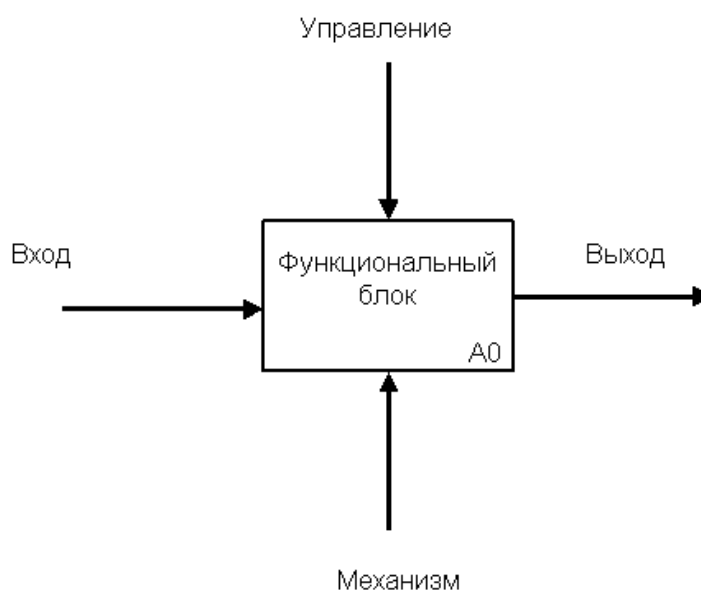


Рисунок 3 – Общая схема моделей

В IDEF0 реализуются три принципа создания и моделирования процессов:

- функциональная декомпозиция.
- ограниченная сложность.
- контекст.

2.3 ARIS Express. Принципы создания схем

ARIS Express — это инструмент для моделирования бизнес-процессов, достаточно простой в установке и использовании.

В данной программе поддерживаются следующие виды систем и моделей организации:

- организационная диаграмма (Organizational chart)
- бизнес-процесс (Business process)
- ИТ-инфраструктура (IT infrastructure)
- карта процессов (Process landscape)
- модель данных (Data model)
- карта систем (System landscape)
- доска (Whiteboard)
- BPMN диаграмма версии 2.0 (BPMN diagram)
- общие диаграммы (General diagram)

На рисунке 4 представлен интерфейс данной программы с предлагаемыми моделями.

Данная программа включает в себя достаточно разнообразный выбор для составления схем, включая организационный, финансовый, ИТ – уровень и другие.

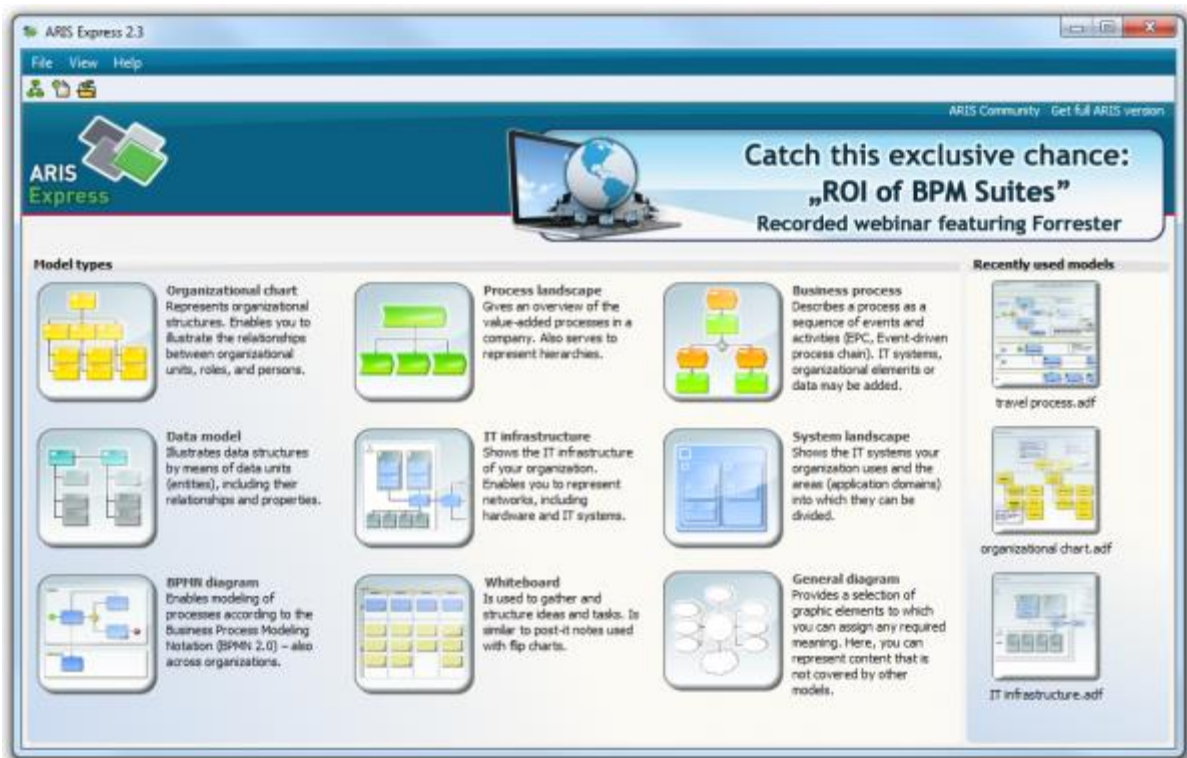


Рисунок 4 – Интерфейс программы

На основании моделей бизнес-процессов руководство предприятия принимает обоснованное решение по внесению изменений в существующие бизнес-процессы (оптимизация бизнес-процессов) и внедрению средств автоматизации, что позволит повысить эффективность работы как отдельных бизнес-процессов в частности, так и деятельность организации или предприятия в целом.

3 Создание схем разработки В2В на примере компании ПАО «Лемикс»

Компания «Лемикс» занимается разработкой и созданием приложений и руководств для других предприятий. В частности, это программы развития для работы с клиентами и поставщиками. Программы направлены на повышение эффективности использования ресурсов, снижение издержек, контроль качества и прочее.

На рисунке 5 представлена общая схема работы предприятия.

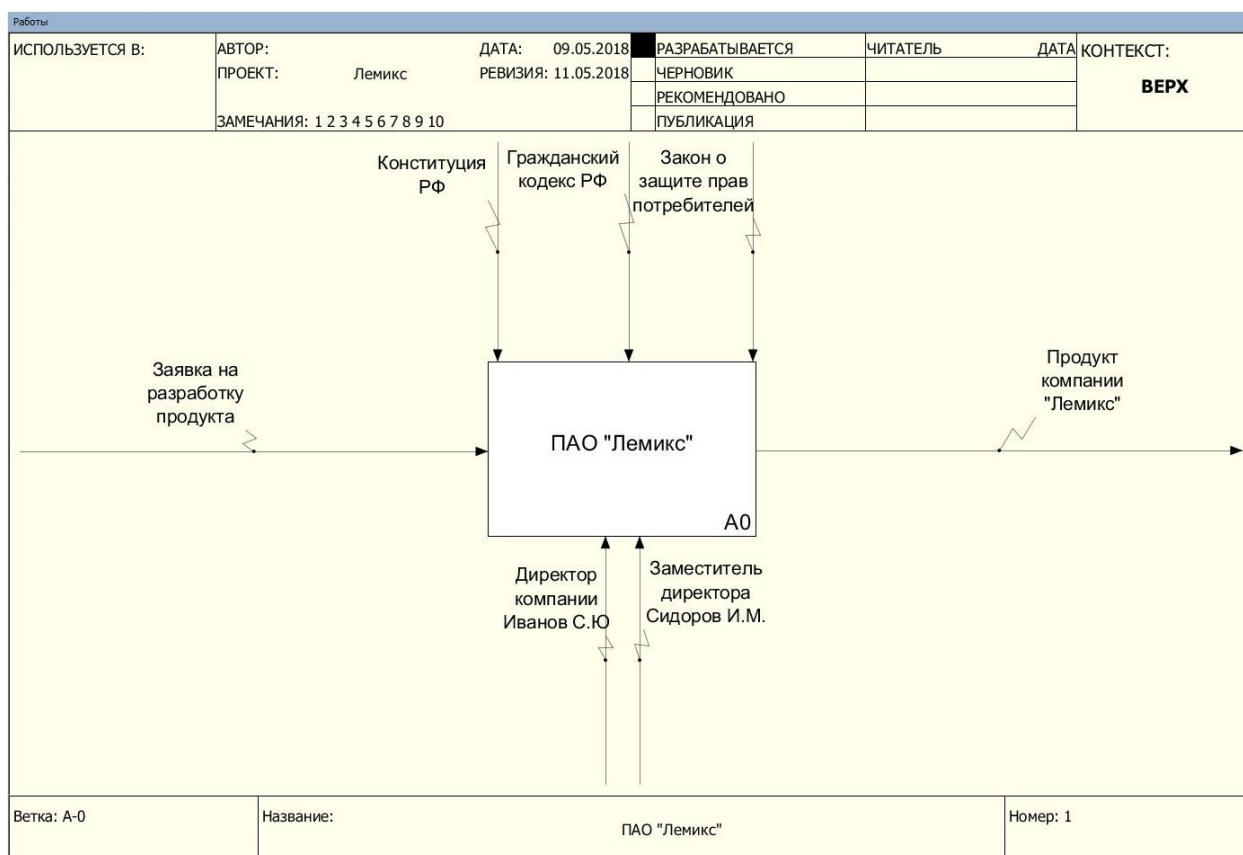


Рисунок 5 – Общая схема ПАО «Лемикс»

Данная схема наглядно показывает входящие потоки, чем регулируется деятельность предприятия, кем оно управляется и что компания выпускает в итоге (исходящий поток).

Подробная схема осуществления работы ОАО «Лемикс»:

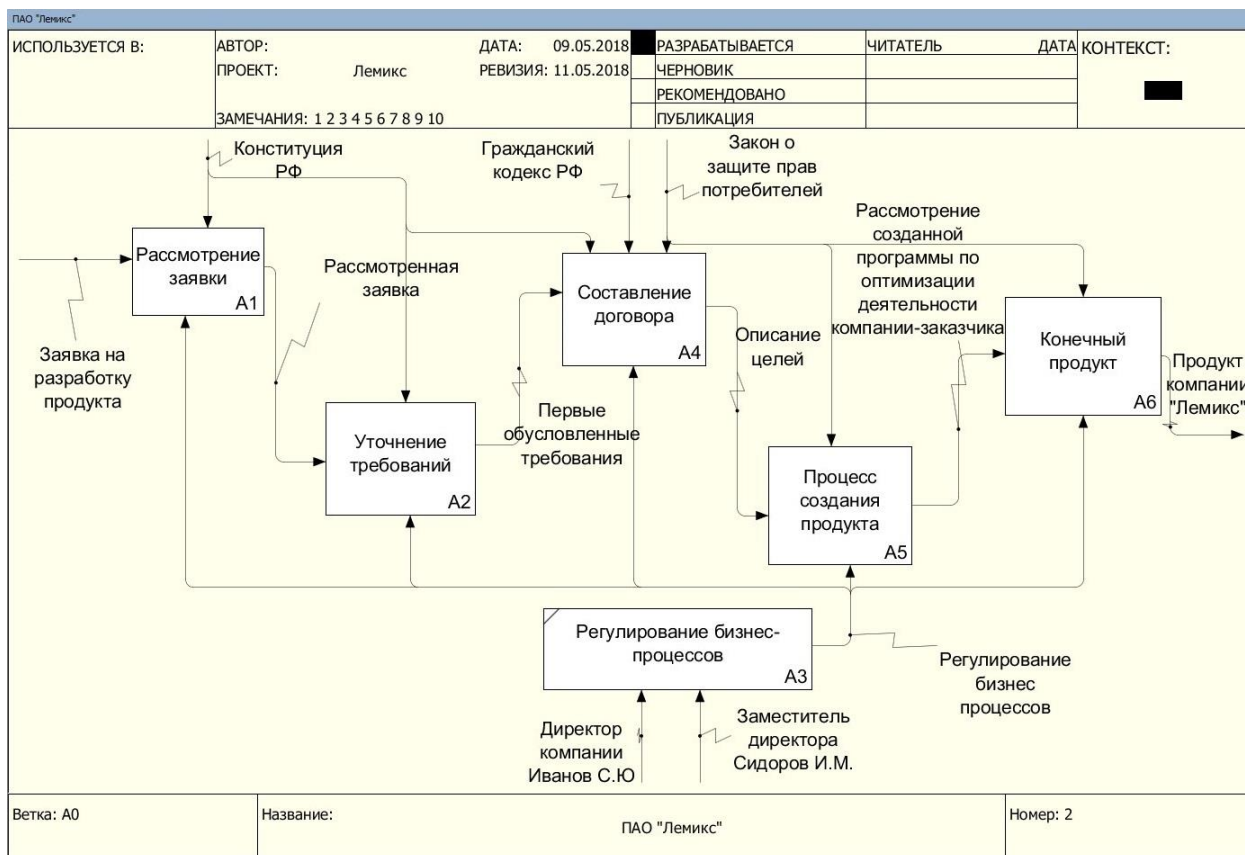


Рисунок 6 – Подробная схема деятельности компании

Данная схема графически описывает всю структуру деятельности предприятия, включая рассмотрение заявки, составление договора и прочее.

Данный уровень полностью обуславливает и описывает характер деятельности предприятия и алгоритм исполнения заказов в подробном виде.

Так же имеет место быть и связь с клиентами предприятия, благодаря которой требования заявки и ее наличие оговаривается специальным отделом по работе с клиентами.

Каждый уровень регламентируется определенными нормативно – правовыми актами и управляется соответствующим отделом.

После поступления заявки следует уровень ее рассмотрения, в котором оговариваются требования необходимы компании – заказчику.

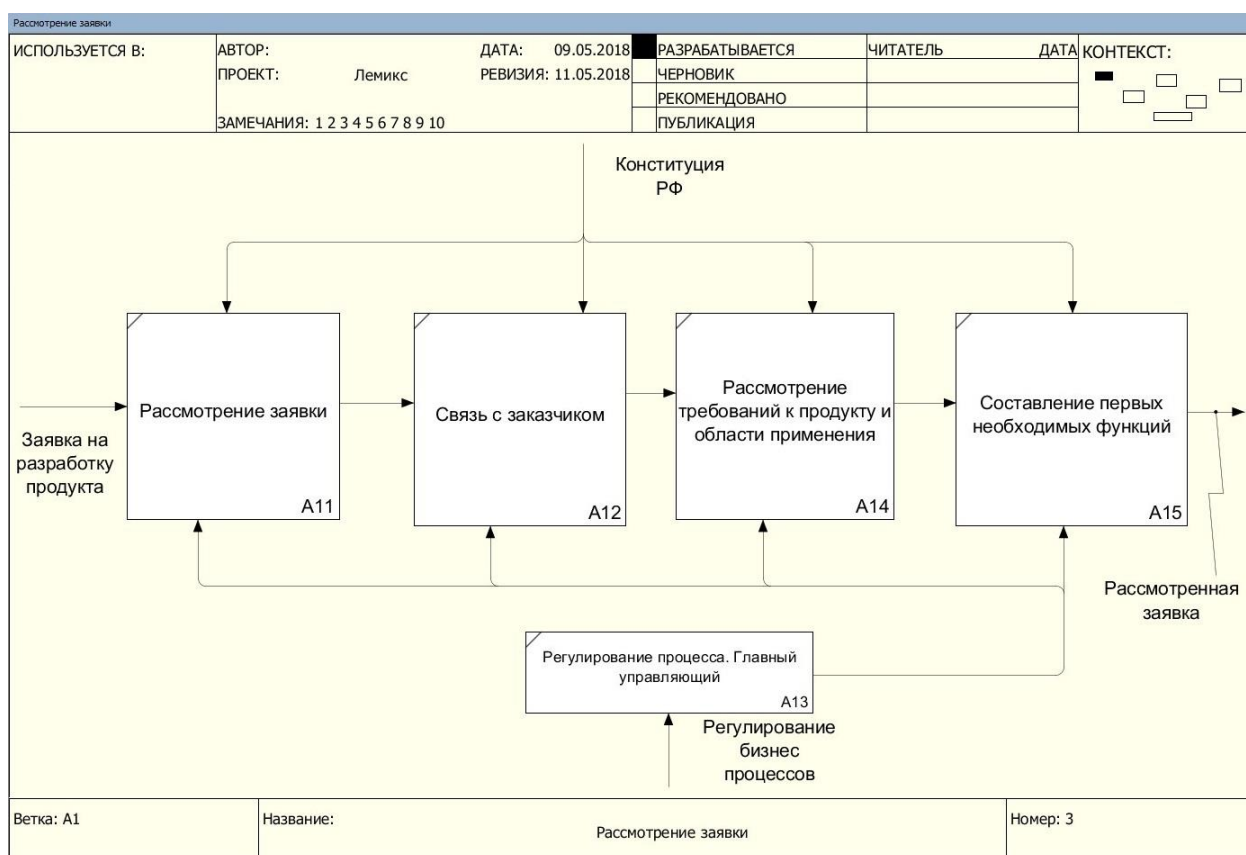


Рисунок 7 – Уровень рассмотрения заявки

Компания – заказчик оговорила в своей заявке следующие проблемы:

- компания не имеет оперативной обратной связи со своими клиентами.
- региональные клиенты не располагают информацией по наличию товара в своем регионе.
- компания не может организовать быстрый и удобный торговый процесс как с поставщиками, так и с клиентами.

Именно эти проблемы и будет решать компания – исполнитель. Характер проблем и требования к проекту будут оговорены в соответствующем документе (договоре).

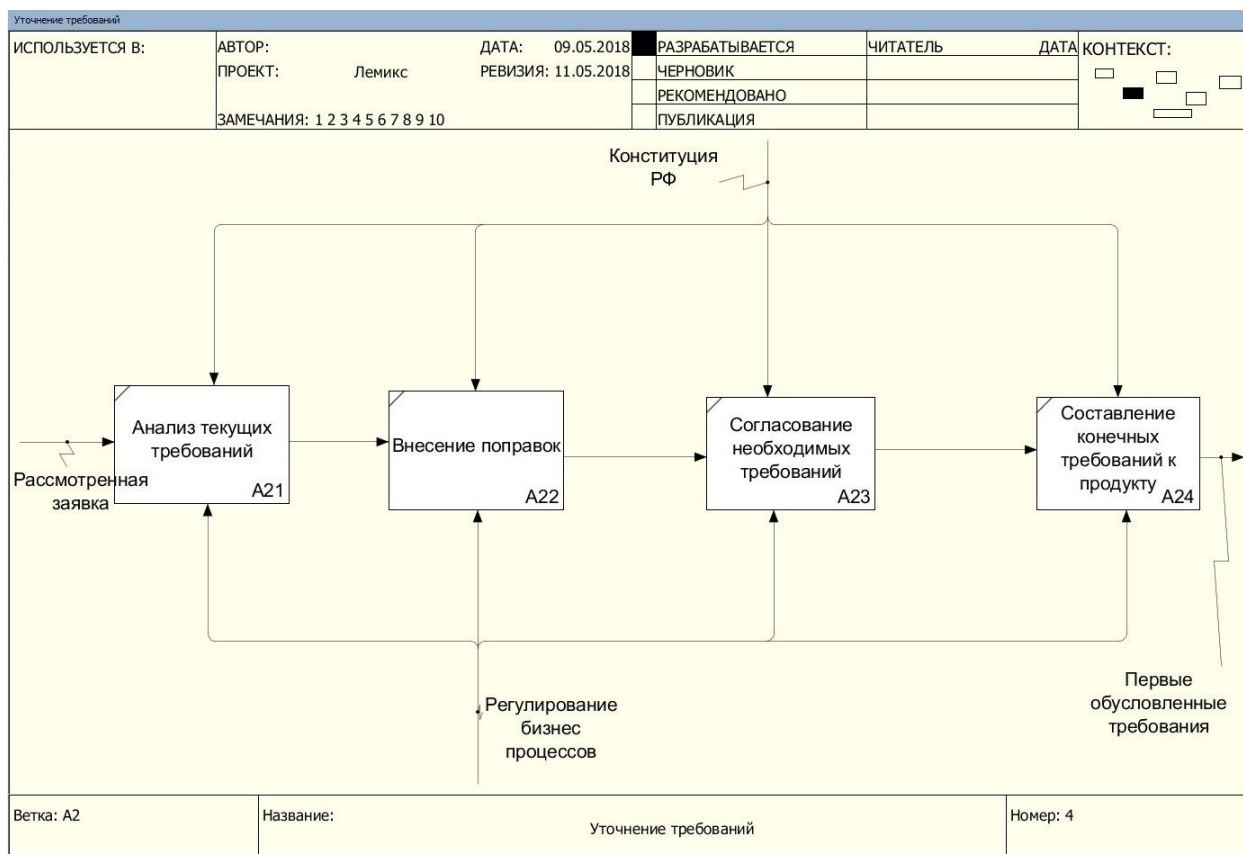


Рисунок 8 – Уровень уточнения требований

После рассмотрения всех требований, юристом составляется договор, который подписывают обе стороны.

Составлением договора занимается юрист, работающий в компании, для соблюдения всех необходимых правил и норм.

Все требования и возможности их удовлетворения будут оговорены в договоре и подписаны обеими сторонами.

В случае возникновения проблем, недочетов или иных разногласий договор будет составлен заново с внесением оговоренных поправок.

Данный уровень наглядно показывает, как именно составляется договор и чем он регламентируется.

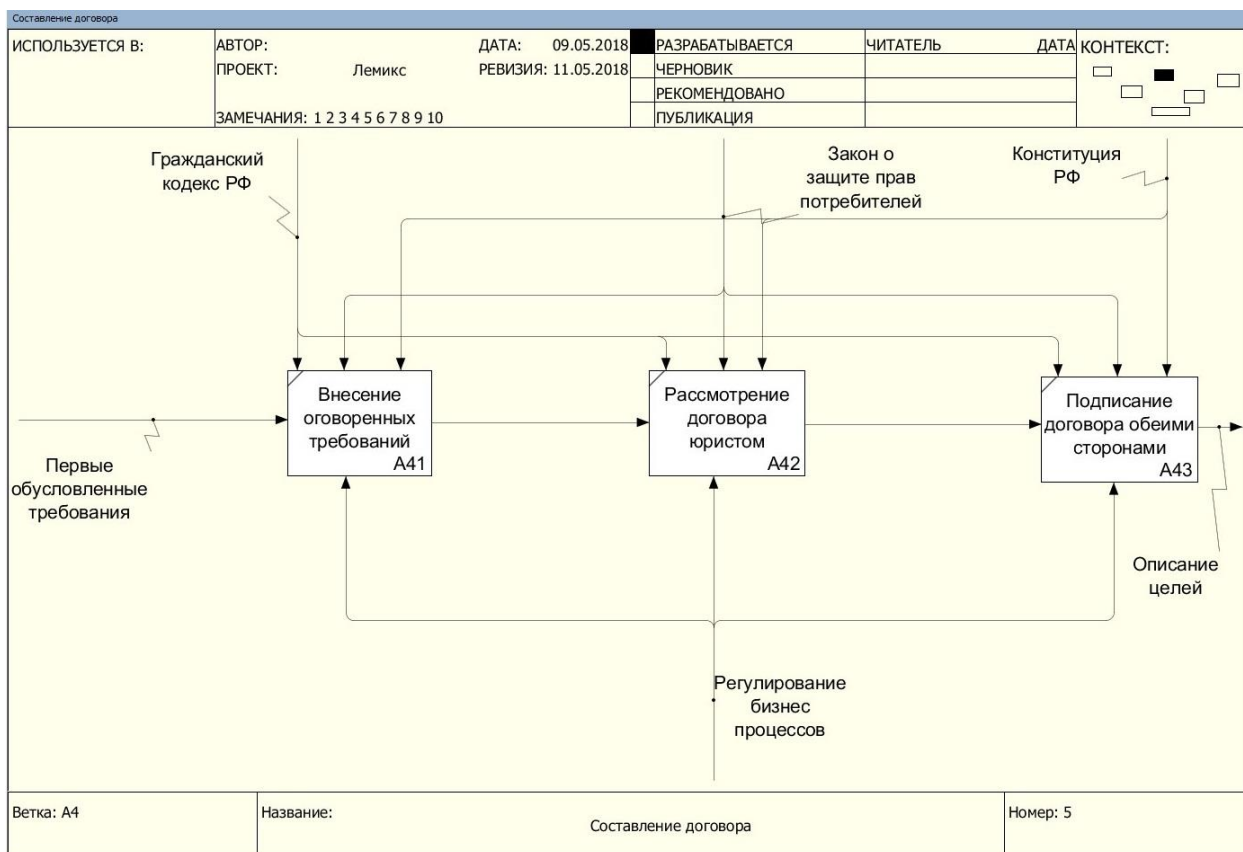


Рисунок 9 – Составление договора

ПАО «Лемикс» решит существующие проблемы следующим образом:

- для создания оперативной связи со своими клиентами будет внедрена уже использующаяся в других проектах система. А именно, на сайте предприятия – заказчика будет создан специальный отдел «Вопросы, предложения и замечания», в котором клиенты данной компании будут задавать вопросы. Создание специального отдела по рассмотрению предложений и вопросов улучшит систему связи с клиентами, так как при его наличии вопросы клиентов будут рассматриваться и приниматься к сведению. Так же этот отдел будет выполнять свою функцию не только в онлайн формате, но также и по телефону горячей линии.

- для решения проблемы с наличием товара в определенных регионах будет предложено приложение по учету товара. Разработкой данного приложения будут заниматься программисты ОАО «Лемикс». Программа

включает в себя единую базу данных товара, к которой будут подключены все магазины компании – заказчика. В базу данных будут вноситься все товары, которые поступают в тот или иной магазин определенного региона. Затем данная база будет подключена к сайту компании – заказчика, таким образом любой клиент может увидеть наличие необходимого ему товара в нужном ему регионе.

- проблема организации быстрого и удобного торгового процесса будет решена путем создания дополнительного отдела продаж, где будет осуществляться связь с клиентами и поставщиками. Так же для этого будет создана отдельная вкладка на сайте компании – заказчика, где будет находиться вся необходимая информация для клиентов.

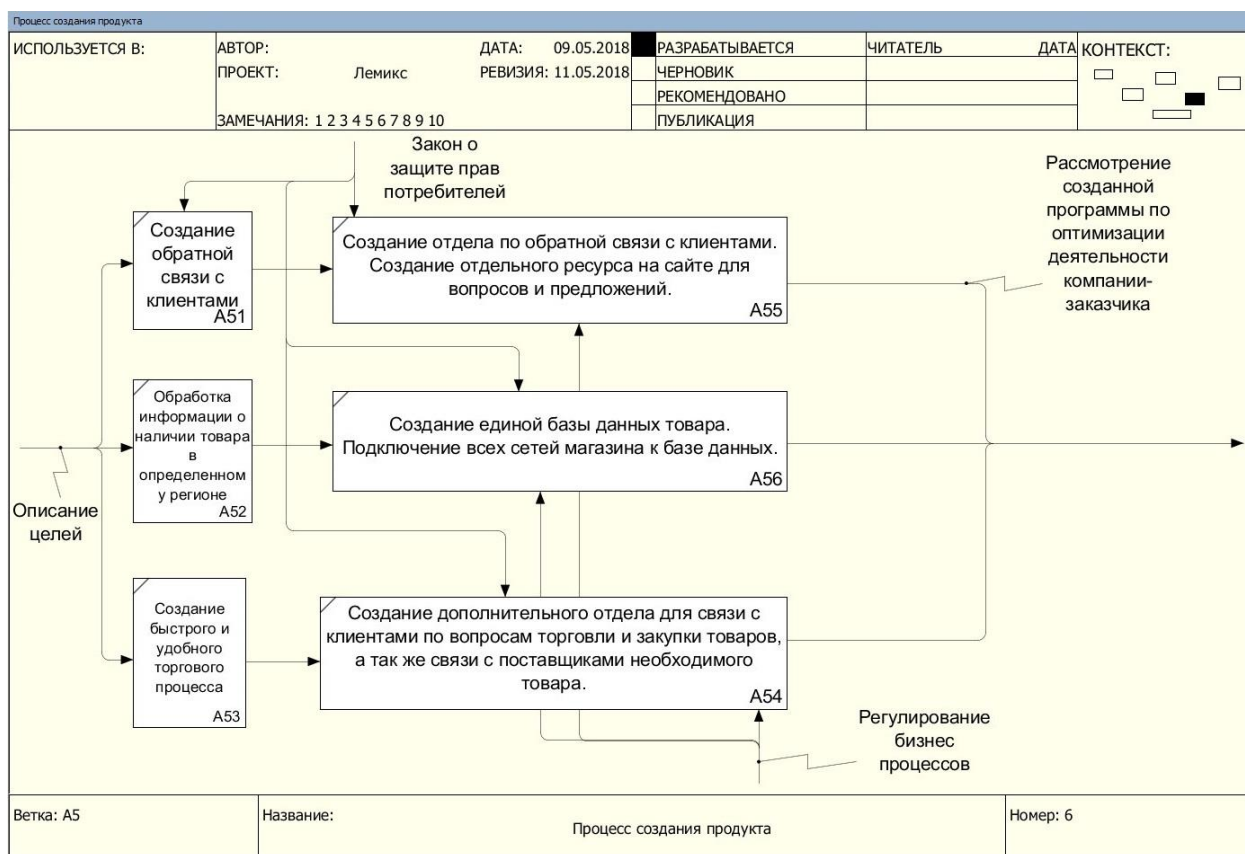


Рисунок 10 – Разработанные программы по оптимизации деятельности

После создания программы по оптимизации предприятия – заказчика продукт проходит итоговую проверку, в которой заказчик рассматривает предложенный продукт и руководство по его внедрению, если он его устраивает, он оплачивает его и после этого продукт переходит полностью в руки компании – заказчику.

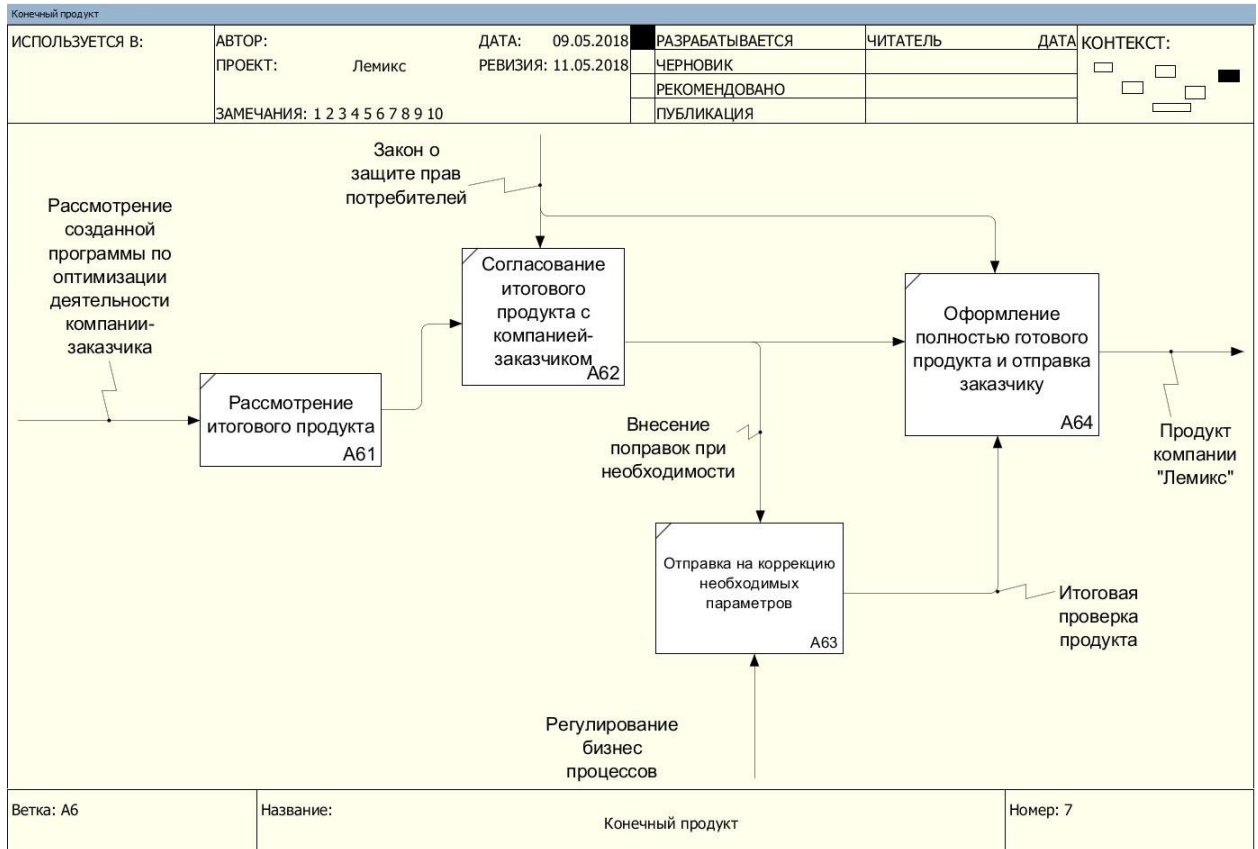


Рисунок 11 – Итоговый продукт

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В курсовой работе были изучены бизнес – процессы и методология их создания. Также была создана блок – схема заказа на создание продукта ОАО «Лемикс» по созданию и внедрению B2B проекта.

В процессе написания курсовой работы были изучены теоретические сведения и материалы по созданию бизнес – процессов, их моделированию и внедрению. Для создания схемы деятельности предприятия были изучены такие программы как Ramus и ARIS Express. Схемы разработки B2B проекта приведенные в работе осуществлены на языке IDEF0 – графического изображения деятельности предприятия в виде блок – схем.

Разработанные схемы включают в себя все основные таблицы в упрощенной для восприятия форме, что является ключевым свойством создания таких таблиц на языке IDEF0.

В ходе создания графических таблиц были осуществлены следующие решения:

- создание оперативной обратной связи с клиентами.
- создание специального приложения для осуществления учета товара в наличии.
- организован быстрый и удобный торговый процесс как с поставщиками, так и с клиентами.

Создание и разработка B2B проектов является быстро развивающейся отраслью развития электронной коммерции, так как клиентами выступают предприятия, а не конечные пользователи.

На сегодняшний день использование B2B проектов и информационных систем становится неотъемлемой частью функционирования любых организаций и предприятий. В связи с этим большую актуальность приобретает освоение принципов построения и эффективного применения соответствующих технологий и программных продуктов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Абаева, Х. С. Моделирование бизнес – процессов / Х.С. Абаева. - М, 2014. – 121 с.
- 2 Аникеев, С. В. Разработка проектов бизнес – функций предприятия/ С.В. Аникеев, А.В. Маркин. - М, 2014. - 45 с.
- 3 Акопян, А.А. Технологии электронного офиса: учебное пособие / А.А. Акопян, Е.В. Воронова. - М, 2016. - 21 с.
- 4 Блинов, А.О. Реинжиниринг бизнес-процессов: учебное пособие / А.О. Блинов, О.С. Рудакова. - М, 2015. - 343 с.
- 5 Беккер, Г.Д. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология: учебное пособие/ Г.Д. Беккер. - М, 2016. - 19 с.
- 6 Бекашев, О.В. Основы интернет – экономики : учебное пособие / О.В. Бекашев, Т.А. Коваленко. - М, 2016. - 150 с.
- 7 Вааль, В.Т. Информационные технологии моделирования бизнес-процессов/ В.Т. Вааль, Е.А. Контарёв. - М, 2015. - 108 с.
- 8 Вдовина, И.Ю. Основы проектирования приложений / И.Ю. Вдовина. - М, 2016. - 238 с.
- 9 Виноградов, В.Ю. Основы бизнес статистики: курс / В.Ю. Виноградов. - М, 2015. - 260 с.
- 10 Дементьев, А.М. Модели диагностики бизнес систем: учебное пособие / А.М. Дементьев, В.А. Епанешников. - М, 2015. - 288 с.
- 11 Дмитриев, Т.С. Промышленный B2B маркетинг : учебное пособие / Т.С. Дмитриев. - М, 2016. - 241 с.
- 12 Жабин, А.М. Разработка B2B проектов : учебное пособие / А.М. Жабин, В.А. Курочин. - М, 2015. - 334 с.
- 13 Жуковский, В.Ю. Менеджмент, методы принятия финансовых решений / В.Ю. Жуковский. - М, 2016. - 382 с.

- 14 Журавлева, С.А. Базы данных : учебное пособие / С.А.Журавлева. - М, 2015. - 298 с.
- 15 Карпова, Т.С. Методы оптимальных решений : учебное пособие / Т.С. Карпова. - М, 2016. - 241 с.
- 16 Кеплер, В.Т. Теоретические основы управления изменениями и развития бизнеса: учебное пособие / В.Т. Кеплер, Е.А. Кунин. - М, 2015. - 368 с.
- 17 Кольцов, И.В. Автоматизация процесса управления предприятием: учебное пособие / И.В. Кольцов. - М, 2015. - 112 с.
- 18 Озерцев, И.А. Архитектура предприятия: учебное пособие / И.А. Озерцев. - М, 2014. - 82 с.
- 19 Остроумов, М.А. Методы и средства проектирования информационных систем: практикум / М.А. Остроумов. - М, 2014. - 56 с.
- 20 Ощепков, В.М. Эффективное моделирование графических диаграмм: учебное пособие / В.М. Ощепков. - М, 2014. - 100 с.
- 21 Сальников, А.М. Построение и анализ информационного обеспечения / А.М. Сальников, В.А. Епанешников. - М, 2016. - 449 с.
- 22 Сливицкий, П.А. Информатика. Управление информационными системами: учебное пособие / П.А. Сливицкий. - М, 2014. - 38 с.
- 23 Тимереев, И.А. Методы и средства проектирование информационных систем / И.А. Тимереев. - М, 2014. - 226 с.
- 24 Чернышов, Р.И. Бизнес и информационные технологии / Р.И. Чернышов. - М, 2015. - 162 с.
- 25 Яковлев, А.А. Электронный бизнес. Методы моделирования электронных площадок / А.А. Яковлев. - М, 2015. - 192 с.