

**Негосударственное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
Московская Школа Управления «СКОЛКОВО»**

Дополнительная профессиональная программа
профессиональной переподготовки
«Master in Management Analytics»

Цели и результаты обучения

| | |
|---|--|
| 1. Получение знаний основных управленческих дисциплин и навыков анализа данных | Применять аналитику как основную практику принятия решений на любом уровне управления организацией, трансформируя операционные модели и меняя культуру принятия решений в компании |
| 2. Формирование стратегического и инновационного мышления | Стратегически и системно выстраивать применение аналитики данных и искусственного интеллекта в различных индустриях и функциональных областях бизнеса для оптимизации текущих бизнес-процессов и создания новых направлений деятельности организации |
| 3. Интегративное лидерство, эффективные коммуникации и взаимодействие в команде | Понимать, как устроена работа с данными, машинное обучение и ИИ, вследствие чего ясно и эффективно передавать сложные идеи, проблемы и выводы как технической, так и нетехнической аудитории |
| 4. Формирование предпринимательского мышления | Применять навыки работы с данными для решения сложных бизнес-задач в различных организационных контекстах |
| 5. Понимание влияния глобальной среды на бизнес | Использовать аналитику данных для предугадывания глобальных трендов в обществе/экономике, а также в конкретной индустрии или функциональной области бизнеса |
| 6. Социальная и этическая ответственность организаций и общества | Понимать и учитывать этические нормы и корпоративную социальную ответственность использования данных, а также необходимые условия (например, качество данных), ограничения и риски применения инструментов аналитики |

Язык освоения образовательной программы

Образовательная программа осваивается на русском и английском языках. Программа обеспечивает синхронный перевод иностранных преподавателей и экспертов на русский язык.

Выдаваемый документ об обучении

Диплом о профессиональной переподготовке с присвоением квалификации Master in Management Analytics.

Содержание программы

1. Принятие решений на основе аналитики

Курс ориентирован на интеграцию аналитического мышления в культуру управления. Эти знания помогут улучшить качество работы бизнеса и обслуживания клиентов, эффективно управлять рисками, повысить производительность и увеличить доходы компании.

Слушатели рассматривают аналитические методы решения организационных и концептуальных вопросов управления, изучают построение аналитических моделей задач, исследуют проблемы коммуникации и определяют эффективные решения.

2 Аналитика в управлении

Курс знакомит с основными аналитическими инструментами и дает навыки применения этих инструментов в решении конкретных управленческих задач. Учит сочетать «жесткие» и «мягкие» аналитические подходы.

Слушатели изучают ключевые функциональные области управления и возможности их взаимодействия для результативного производства и реализации продуктов и услуг, строят функциональную «карту» управленческих решений, между которыми распределяют различные аналитические подходы.

3. Методы сбора и управления данными

Курс про методы сбора и управления данными на этапах, предшествующих аналитике.

Слушатели изучают структуры баз данных, SQL, очистку данных, слияние и фильтрацию, обнаружение и исправление ошибок. Рассматривают применение методов визуализации для подготовки «рассказов» о данных и ознакомятся с правилами управления данными, которые существуют в различных регионах мира.

4. Инструменты описательной, предиктивной и предписывающей аналитики

Курс посвящен методам аналитики, бизнес-приложениям и основам программирования. Включает изучение языка Python – одного из ведущих инструментов для анализа данных.

В рамках курса затрагиваются темы прогнозной аналитики - «Прогнозирование количеств» и «Прогнозирование событий». Участники изучают вопросы применения методов машинного обучения (CART, random forest, boosting, нейронные сети) и предсказательного моделирования на бизнес-кейсах, рассматривают понятие модельного риска и подходы к его управлению.

5. Стратегия и управление изменениями

Курс включает в себя два аспекта управления организационным успехом с помощью аналитики:

- что делать? (раздел стратегии);
- как это сделать? (раздел управления изменениями).

Слушатели рассматривают управление стратегическими преобразованиями предприятия – от внедрения изменений на организационном и индивидуальном уровнях до формирования культуры аналитики.

В рамках курса можно синтезировать свои знания и понять, как трансформировать бизнес-процессы в компаниях.

6. Этика и безопасность использования данных и искусственного интеллекта

Курс посвящен правовым и этическим аспектам искусственного интеллекта и аналитики, их влиянию на бизнес и общество, в том числе:

- баланс между конфиденциальностью персональных данных и интересами компании;
- правовое регулирование использования ИИ в России и зарубежных странах (США и ЕС);
- этические дилеммы, связанные с аналитикой данных.

7. Аналитика больших данных

Курс по системам больших данных. Включает в себя знакомство с приложениями для аналитики больших данных, в том числе рекомендательные системы и аналитику социальных сетей.

Слушатели рассматривают новые концепции, включая дополнительные приложения анализа больших данных, изучают методы для текстовых и неструктурированных данных: от анализа тональности до кластеризации и классификации документов.

8. Машинное обучение и искусственный интеллект

Цель курса – дать представление об использовании модели машинного обучения (ML) в принятии решений, познакомить участников с основными концепциями ML и возможностями их применения в бизнесе.

В результате слушатели научатся классифицировать бизнес-задачи и будут знать, какую модель ML необходимо применить в каждом конкретном случае, как запустить модель в производство и оценить полученные результаты.

9. Методы увеличения доходности с использованием аналитики данных

В рамках курса рассматривается анализ поведения потребителей как ядро клиентоориентированной бизнес-модели. Слушатели изучат его влияние на оптимальное ценообразование, формирование ценностного предложения продукта и продвижение.

Слушатели курса рассматривают стратегии анализа клиентов в B2B и B2C, в том числе знакомятся со стратегией точечного ценообразования и оптимизации доходов (PPRO), узнают, как компания принимает решения о ценообразовании и доступности продукта в различных каналах продаж, чтобы максимизировать прибыль.

10. Маркетинг в эпоху больших данных

Цель курса – показать, как применять аналитический подход в процессе принятия маркетинговых решений в эпоху больших данных.

Слушатели в теории и на практике осваивают ключевые маркетинговые аналитические методы: сегментацию и таргетинг, разработку новых продуктов, управление потребительской ценностью и моделирование маркетингового комплекса.

11. Аналитика и искусственный интеллект в сфере финансов

Курс посвящен роли искусственного интеллекта и аналитики в мире финансов.

Взрывообразный рост финтехов, многие из которых основаны на ИИ, меняет структуру индустрии финансовых услуг. Слушатели узнают, как это происходит, и смогут применить ИИ в индустрии финансовых услуг и в самой финансовой функции.

12. Управление операциями и цепочками поставок с помощью аналитики

Курс сфокусирован на стратегических и тактических оперативных решениях внутри одной фирмы и во всей цепочке поставок.

Цель курса – научить участников использовать разные методы и приложения и адаптировать их к промышленным и организационным условиям, а также дать представление об аналитике операций и цепочек поставок.