

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

И.С. Самойленко

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ
ОРГАНИЗАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОЙ
ЭКОНОМИКЕ**

Монография

Москва
2012

УДК 004.946:005.1
ББК 65.290-2
С 17

Рецензенты:

К.В. Антипов, д.э.н., МГУП имени Ивана Федорова;
Е.М. Мерзликина, д.э.н., доцент, зав. кафедрой МГУП
имени Ивана Федорова

Самойленко И.С.

С 17 Управление продуктом организации в виртуальной экономике : монография / И.С. Самойленко ; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 130 с.

ISBN 978-5-8122-1168-4

В данной монографии рассматриваются отношения в современной рыночной среде, определяющие формирование медиапродукта с точки зрения управленческих процессов, формирующих продукт организации.

Для читателя может представлять интерес авторская система управления ценностью продукта организации в виртуальной экономике Value complex, методика управления продуктом организации, а также методика оценки эффективности решений субъектов медиабизнеса в отношении управления продуктом организации.

Большая часть материала монографии носит прикладной характер и может быть использована как практические рекомендации по оптимизации управления продуктом организации, в том числе и организации медиабизнеса.

Книга предназначена для научных работников, директоров, менеджеров, экономистов, специалистов по маркетингу медиа-предприятий, преподавателей, аспирантов и студентов экономических вузов.

Печатается в авторской редакции

УДК 004.946:005.1
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-8122-1168-4

© Самойленко И.С., 2012
© Московский государственный
университет печати
имени Ивана Федорова, 2012

Содержание

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы управления продуктом организации	7
1.1. Генезис управления продуктом организации	7
1.2. Виды продуктов в современной экономике и особенности управления ими	20
1.3. Продукт как объект управления в условиях виртуализации экономики	29
Глава 2. Принципы управления информационным продуктом организации в медиабизнесе	52
2.1. Анализ ключевых факторов, формирующих ценность продуктов организаций медиабизнеса	52
2.2. Типологизация управленческих решений субъектов медиабизнеса по управлению продуктами	63
2.3. Методы управления медиапродуктом в аспекте повышения ценности	73
Глава 3. Методика управления продуктом организации в виртуальной экономике	86
3.1 Особенности формирования продукта организации в виртуальной экономике	86
3.2. Формирование модели продукта согласно методике управления, учитывающей Value Complex	91
3.3. Прогнозная оценка интенсивности использования капитала	107
Заключение	111
Библиографический список	115
Приложения	122

Научное издание

Самойленко Ирина Сергеевна

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ ОРГАНИЗАЦИИ
В ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Монография

Корректор *Н.В. Моисеева*
Компьютерная верстка *И.В. Бурлаковой*

Подписано в печать 16.01.12.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура «PetersburgC».
Печать на ризографе. Усл. печ. л. 7,56. Тираж 500 экз. (1-й завод — 100 экз.)
Заказ 25/25.

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова.
127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а.
Отпечатано в РИЦ МГУП имени Ивана Федорова.