

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и
управления бизнес-процессами**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра экономики и управления
бизнес-процессами**

наименование кафедры

З.А. Васильева

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 Цифровые технологии продвижения
инноваций

Направление подготовки / 38.04.02 Менеджмент
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.04.02 Менеджмент

Программу
составили

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Дисциплина «Цифровые технологии продвижения инноваций» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) входит в число факультативных дисциплин программы подготовки магистров 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга».

Целью преподавания дисциплины «Цифровые технологии продвижения инноваций» является в условиях цифровизации общества и экономики формировать знания, умения и навыки использования современных форм цифровых коммуникаций с деловыми партнерами и клиентами компании для продвижения инноваций. В результате изучения дисциплины студент должен приобрести теоретические знания, практические умения и навыки, необходимые для его профессиональной деятельности в соответствии с программой подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент (профиль 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга»).

Методологическую основу изучения вопросов дисциплины «Цифровые технологии продвижения инноваций» составляет комплексный подход: знание (знание конкретного материала, терминологии, определений и т.п.); понимание (объяснение, интерпретация, экстраполяция); применение (знание способов использования); анализ (видение связей, структуры); синтез (проектирование деятельности); оценка (профессиональные суждения).

Обучение по дисциплине основано на использовании активных методов и форм, нацеленных на формирование умений и практических навыков (семинарские занятия, анализ конкретных ситуаций, работа в малых группах, практикующие упражнения, дискуссии, проектные задания и т.д.). Все теоретические положения подтверждаются практическими примерами и прорабатываются на деятельностном уровне.

1.2 Задачи изучения дисциплины

В процессе изучения дисциплины студенты должны ознакомиться с основами создания и управления виртуальным предприятием, способным к динамической трансформации и адаптации в условиях критических изменений деловой, социальной и технологической сред. Изучение дисциплины направлено на решение следующих задач:

- получение студентами представления о цифровых коммуникация и их роли в продвижении инноваций;
- получение знаний и навыков использования основных каналов цифровых коммуникаций для реализации продвижения инноваций;
- изучение основ построения системы цифровых коммуникаций компании для продвижения инновационных продуктов на разных типах рынков.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-4:Способность к разработке и анализу программ (проектов) развития инфраструктурной поддержки инновационной деятельности на различных уровнях управления продвижения инновационной продукции
ПК-4.1:Знать методологические и методические особенности стратегических и тактических методов и инструментов управления рисками организаций, в том числе в сфере закупок;
ПК-4.2:Уметь формировать концепции и модели инновационного развития, сценарные варианты и механизмы взаимодействия стратегических критериев в системе управления рисками
ПК-4.3:Владеть методами стратегического регулирования, контроля и аудита процесса управления рисками

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Изучение дисциплины базируется на знаниях основ экономики, статистики, менеджмента и маркетинга и web-технологий, которые магистры, обучающиеся по данной образовательной программе, получают при изучении следующих дисциплин:

обязательной части Блока 1. «Дисциплины (модули)»: «Управление стратегиями компании», «Управление бизнес-процессами»;

части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)»: «Инновационный маркетинг и инновационный менеджмент», «Рыночное позиционирование инновационной продукции», «Digital-маркетинг и рыночная аналитика», тренинг «Эффективные коммуникации».

Учебная дисциплина «Цифровые технологии продвижения инноваций» позволяет магистрантам углубленно изучать профессиональные дисциплины: «Управление омни-каналами организации», «Организация инновационно-технологического бизнеса», дает основу для последующего изучения дисциплины

«Управление омни-каналами организации» и выполнения научно-исследовательской работы.

Указанные связи и содержание дисциплины «Цифровые технологии продвижения инноваций» дают обучающимся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает необходимый теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности в качестве менеджера высшей квалификации по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программы магистратуры 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга».

Язык реализации дисциплины – русский.

Для изучения дисциплины разработан электронный обучающий курс «Цифровые технологии продвижения инноваций» на базе платформы Moodle, URL.

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		3
Общая трудоемкость дисциплины	4 (144)	4 (144)
Контактная работа с преподавателем:	0,61 (22)	0,61 (22)
занятия лекционного типа		
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,61 (22)	0,61 (22)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	3,39 (122)	3,39 (122)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1		0	0	0	0	
Всего		0	0	0	0	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с.
2. Журнал «Все об электронной коммерции» [Электронный ресурс] URL: <https://www.shopolog.ru/>
3. Журнал «Интернет-маркетинг» [Электронный ресурс] / ИД Гребенников. URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (Полный доступ с IP-адресов СФУ).
4. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ/ Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 301с. - ISBN: 978-5-534-04238-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/internet-marketing-432128>
5. Маркетинговые коммуникации / Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. - М.:Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01090-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/511986>
6. Медведева, М. А. Электронный бизнес. Ч. 1 : учеб. пособие / М. А. Медведева, М. А. Медведев. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015 — 108 с. [Электронный ресурс] URL: Режим доступа

Дополнительная литература:

7. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450865>
8. Кобелев О.А. Электронная коммерция [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов по спец "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг" / О. А. Кобелев ; ред. С. В. Пирогов. - 4-е изд. - Москва : "Дашков и К", 2013. - 683 с.
9. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой.

— М. : ИНФРА-М, 2018. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура).

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/905363>

10. Веб-аналитика 2.0 на практике: тонкости и лучшие методики / АвинашКошик; Диалектика. – Москва. 2019.

11. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.

12. Романова Ю.Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д. Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411654>

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Специализированные журналы:

1. Издательский Дом Гребенникова / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.sfu-kras.ru/ejournals/dbaseDescriptions/grebennikov.php>;

2. Практический маркетинг (www.cfin.ru),

3. Маркетинг в России и за рубежом (www.dis.ru),

4. 4p.ru (Теория и практика маркетинга. Свободный доступ к результатам различных маркетинговых исследований)

5. 7st.ru (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)

6. adwords.google.com (Система размещения контекстной рекламы Google)

7. book.promo.ru/book/ (энциклопедия интернет-рекламы)

8. comcon-2.com (Теория количественных и качественных исследований)

9. marketing.iligent.ru/internet/ (мониторинг новостей интернет-маркетинга)

10. marketing.spb.ru (Публикации по вопросам маркетинга)

11. marketolog.ru (Сайт маркетологов)

12. nethistory.ru/ (история Интернета в России)

13. ruformator.ru («Руформатор» - ежедневное электронное издание, посвященное новостям Интернета и технологий)

14. runetologia.podfm.ru/ (аналитическая программа «Рунетология»)

15. rwr.ru (Online конференции: теория и практика рекламы, PR, медиапланирование, маркетинг, полиграфия и т.д.)

16. webrating.ru/promo/ (новости интернет-рекламы)
17. www.searchengines.ru/ (Энциклопедия поисковых систем)

Интернет ресурсы

1. direct.yandex.ru/ (Система размещения контекстной рекламы Яндекс)
2. searchengines.ru/ (энциклопедия поисковых систем)
3. www.iligent.ru (поиск в бизнес-библиотеках)
4. www.seopult.ru (Автоматизированная рекламная система)
5. www.site-auditor.ru/ (Анализ видимости в поисковых системах)
6. Поисковые системы (Yandex, Google)

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина читается одним модулем.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе – самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций ведущих российских и зарубежных компаний.

Вся работа по изучению дисциплины «Цифровые технологии продвижения инноваций» реализуется двумя способами: в аудитории при непосредственном участии преподавателя и с использованием электронного обучающего курса [URL: в разработке].

На лекционных занятиях в аудиториях вуза проводятся лекции, которые обобщают и дополняют теоретический материал курса.

На практических занятиях в аудитории студент находится в постоянном очном диалоге с преподавателем, имеет возможность получать консультации по выполнению практических заданий.

Электронный курс по дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» систематизирует существующий материал, информационные ресурсы, инструментарий исследования и анализа рынка, которые необходимы магистранту, закончившему образовательную программу магистратуры по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и предлагает весь материал знаний в удобном формате.

Промежуточный контроль освоения материалов курса осуществляется на практических занятиях через презентации и обсуждения результатов отдельных практических заданий, а также

через тесты к разделам, размещенные в ЭОР.

Курс завершается зачетом, для получения которого необходимо выполнить все практические задания по курсу, расположенного в ЭОР «Цифровые технологии продвижения инноваций» [URL: в разработке].

Самостоятельная работа студентов регламентируется структурой трудоемкости освоения дисциплины (раздел 3.1, табл.). По дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» учебным планом предусмотрены такие виды самостоятельной работы, как: изучение разделов теоретического цикла курса; выполнение расчетных практических заданий.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» организуется в следующих формах.

1. Изучение теоретического материала по темам и разделам дисциплины. При подготовке к практическим занятиям, выполнении практических работ необходимо пользоваться конспектом лекций, рекомендованной литературой основного и дополнительного списков, которая включает научные труды ведущих специалистов, ученых и практиков (монографии, учебники, учебные пособия). Для подбора литературы используются каталоги научной библиотеки университета, ресурсы сети Интернет.

При изучении теоретического материала по темам и разделам дисциплины необходимо использовать публикации периодической печати. При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, а также подготовке ответов на контрольные вопросы к лекциям и практическим занятиям, которые приводятся в учебном пособии по организации самостоятельной работы студентов, входящем в учебно-методический комплекс дисциплины.

После самостоятельного изучения теоретического материала курса студенты могут дать трактовку основным понятиям и ответить на следующие контрольные вопросы.

1. Опишите роль цифровых коммуникаций в продвижении инноваций.
2. Назовите основные каналы цифровых коммуникаций и сформулируйте их достоинства и недостатки.
3. Сформулируйте достоинства и недостатки Интернета как коммуникационной среды для продвижения инноваций.
4. Перечислите и опишите основные коммуникационные стратегии.
5. Опишите принципы планирования эффективных цифровых коммуникаций.

6. Сформулируйте этапы планирования, факторы и критерии отбора цифровых коммуникаций для реализации стратегии компании в отношении инновационного продукта.

7. Сформулируйте цели и задачи коммуникаций в социальных медиа.

8. Опишите коммуникационные возможности основных социальных сетей.

9. Назовите требования к содержанию корпоративного блога и перечислите платформы для блогов и микроблогов.

10. Определите принципиальные отличия коммуникаций в социальных медиа инновационных компаний B2B, B2G и B2C секторов.

11. Дайте определения: цифровой коммуникации; мобильной коммуникации; коммуникационной среды; коммуникационного канала.

12. Сделайте обзор инструментов мобильных коммуникаций, используемых в инновационной сфере.

13. Сформулируйте роль и функции мобильных коммуникаций в управлении взаимоотношениями с клиентами в сфере инноваций B2C.

14. Определите коммуникационные возможности и задачи, реализуемые в мобильных мессенджерах.

15. Сформулируйте требования, предъявляемые к корпоративному сайту инновационной компании.

16. Назовите типичные ошибки в поисковой оптимизации сайта инновационной компании.

17. Назовите принципы и методы вирусного маркетинга и возможности его использования в сфере инноваций.

18. Дайте определение системы цифровых коммуникаций и опишите ее структуру.

19. Назовите виды эффективности цифровых коммуникаций с инновационной сфере и сформулируйте критерии ее оценки.

20. Перечислите метрики цифровых коммуникаций, назовите выражающие их показатели и опишите способы их расчета.

2. Самостоятельное выполнение индивидуальных практических заданий (URL: в разработке).

Практические задания (расчетные задания или анализ кейсов по заранее предложенному алгоритму), оформляются в виде файлов и пересылаются преподавателю на проверку через ЭОР, оценка за задание выставляется преподавателем в ЭОР.

Реферат по дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» является самостоятельной научной работой студента и должен отразить приобретенные им практические навыки и результаты

исследования по общим и специальным разделам дисциплины в рамках выбранной темы.

Цель реферата – закрепить полученные на лекционных и практических занятиях знания.

Основные цели и задачи данного вида учебной работы подчинены общим целевым установкам изучаемых курсов; детализируют эти установки и конкретизируют пути их достижения. Важнейшая из основных целей - выработка у студентов устойчивых навыков интеллектуальной аналитической работы. В их числе, прежде всего, необходимо указать следующие:

- способность к самостоятельному осмыслению содержания и структуры проблем, представленных в тематике рефератов;
- способность к самостоятельному поиску, отбору и анализу относящейся к теме реферата информации;
- умение структурировать и грамотно, последовательно излагать изученный материал;
- способность к самостоятельным обобщениям и выводам, достаточно полно и адекватно отражающим содержание, степень разработанности и перспективы исследования вопросов по изучаемой теме.

При написании реферата студент должен показать умение работать с литературой, анализировать нормативные документы, делать обоснованные выводы.

Работа над избранной темой требует от студента знаний основ методологии исследования, творческого мышления, логики аргументации и изложения, личной позиции к данной проблеме, прилежания и профессионализма.

Процесс написания реферата включает в себя ряд взаимосвязанных этапов:

- а) выбор темы и изучение литературы;
- б) разработку плана;
- в) сбор, анализ и обобщение материалов по избранной теме;
- г) формулирование основных теоретических положений, практических выводов и рекомендаций;
- д) оформление реферата;
- ж) защиту.

Вариант реферата выбирается студентом самостоятельно. Темы реферата не могут дублироваться (быть выбраны более чем одним студентом). Допускается выбор собственной темы при условии согласования с преподавателем.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	1. Средства Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook)
9.1.2	2. Браузер актуальной версии (Google Chrome, Internet Explorer)
9.1.3	3. Microsoft Visio или аналог
9.1.4	4. Графический редактор (возможно использование свободного ПО – аналога PhotoShop или CorelDraw)

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	
9.2.2	
9.2.3	Для обучающихся требуется и обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:
9.2.4	• Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно.
9.2.5	

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» требуется аудитория, обеспеченная:

1. АРМ (компьютерами) с доступом в локальную сеть СФУ и Интернет.
2. Проектором для демонстрации презентаций и других визуальных средств.