

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 очная

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

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

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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 (144)</b>	<b>4 (144)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,61 (22)</b>	<b>0,61 (22)</b>
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		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>3,39 (122)</b>	<b>3,39 (122)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>		

### 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](http://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](http://www.cfin.ru)),

3. Маркетинг в России и за рубежом ([www.dis.ru](http://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](http://adwords.google.com) (Система размещения контекстной рекламы Google)

7. [book.promo.ru/book/](http://book.promo.ru/book/) (энциклопедия интернет-рекламы)

8. [comcon-2.com](http://comcon-2.com) (Теория количественных и качественных исследований)

9. [marketing.iligent.ru/internet/](http://marketing.iligent.ru/internet/) (мониторинг новостей интернет-маркетинга)

10. [marketing.spb.ru](http://marketing.spb.ru) (Публикации по вопросам маркетинга)

11. [marketolog.ru](http://marketolog.ru) (Сайт маркетологов)

12. [nethistory.ru/](http://nethistory.ru/) (история Интернета в России)

13. [ruformator.ru](http://ruformator.ru) («Руформатор» - ежедневное электронное издание, посвященное новостям Интернета и технологий)

14. [runetologia.podfm.ru/](http://runetologia.podfm.ru/) (аналитическая программа «Рунетология»)

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

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

#### Интернет ресурсы

1. [direct.yandex.ru/](http://direct.yandex.ru/) (Система размещения контекстной рекламы Яндекс)
2. [searchengines.ru/](http://searchengines.ru/) (энциклопедия поисковых систем)
3. [www.iligent.ru](http://www.iligent.ru) (поиск в бизнес-библиотеках)
4. [www.seopult.ru](http://www.seopult.ru) (Автоматизированная рекламная система)
5. [www.site-auditor.ru/](http://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.