

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.01 Цифровые технологии продвижения
инноваций

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.04.02.08 Инновационный менеджмент и технологии цифрового
маркетинга

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

к.э.н., Доцент, Якимова Е.А.; Доктор экон.наук, Профессор, Васильева
З.А.

должность, инициалы, фамилия

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 коммуникациях 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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
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;	методологические и методические особенности управления продвижением инноваций для минимизации рисков организации обосновывать выбор инструментов цифрового продвижения инноваций методами стратегического регулирования, контроля и аудита процесса продвижения инноваций организации
ПК-4.2: Уметь формировать концепции и модели инновационного развития, сценарные варианты и механизмы взаимодействия стратегических критериев в системе управления рисками	Знать подходы (этапы, цели, инструменты) к разработке кампании продвижения инновационных продуктов; Уметь формировать концепции продвижения инноваций; Владеть технологиями встраивания кампаний по продвижению инноваций в модели сценарного инновационного развития организации;
ПК-4.3: Владеть методами стратегического регулирования, контроля и аудита процесса управления рисками	Знать методы стратегического регулирования, контроля и аудита процесса продвижения инноваций Уметь обосновывать выбор методов стратегического регулирования, контроля и аудита процесса продвижения инноваций для сценарных вариантов инновационного развития организации; Владеть технологией планирования и контроля эффективности продвижения инноваций для сокращения рисков инновационного развития организации

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: Для изучения дисциплины разработан электронный обучающий курс «Цифровые технологии продвижения инноваций» на базе платформы Moodle, URL. .

2. Объем дисциплины (модуля)

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	3(2.1)		ИТОГО	
	УП	ПП	УП	ПП
Практические	22	22	22	22

Итого ауд.	22	22	22	22
Контактная работа с преподавателем:	22	22	22	22
Самостоятельная работа обучающихся:	122	122	122	122
Часы на контроль	0	0	0	0
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	144	144

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Цифровые технологии и их роль в реализации политики продвижения инноваций									
	1. Тема 1. Цифровые технологии и их роль в реализации политики продвижения инноваций «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			2					
	2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения инноваций».							10	
2. Особенности поиска целевых аудиторий в процессе продвижения инноваций									
	1. Тема 2. Особенности поиска целевых аудиторий в процессе продвижения инноваций «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			4					

2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения»								18	
3. Система цифровых коммуникаций инновационной компании									
1. Тема 3. Система цифровых коммуникаций компании «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов влс			8						
2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения»								28	
4. Особенности продвижения инноваций на рынках B2B									
1. Тема 4. Особенности продвижения инноваций на рынках B2B «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			4						
2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения»								10	
5. Особенности продвижения инноваций на рынках B2C									
1. Тема 5. Особенности продвижения инноваций на рынках B2C «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			2						
2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения»								10	
6. Особенности продвижения инноваций на рынках B2G									

1. Тема 5. Особенности продвижения инноваций на рынках B2G «*» (А): - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			2					
2. Работа с научной и учебной литературой, работа в ЭОР «Цифровые технологии продвижения							10	
7.								
1. Реферат							36	
Всего			22				122	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Васильев Г. А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для вузов по специальностям 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)(Москва: ЮНИТИ-ДАНА).
2. Куимов В. В., Смоленцева Л. Т., Баранчикова А. В. Коммерческая деятельность. Раздел : Электронная коммерция: учеб.-метод. пособие (Красноярск: [б. и.]).
3. Романова Ю. Д., Милорадов К. А., Дьяконова Л. П., Женова Н. А., Рычков Н. А. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

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

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- 1.
- 2.
3. Для обучающихся требуется и обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:
4. • Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно.
- 5.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Цифровые технологии продвижения инноваций» требуется аудитория, обеспеченная:
АРМ (компьютерами) с доступом в локальную сеть СФУ и Интернет.
Проектором для демонстрации презентаций и других визуальных средств.