

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Структура интернет-рынка и основные бизнес-модели			
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единиц)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		16
	Практические занятия		16
	Лабораторные занятия		16
	ВСЕГО		48
Самостоятельная работа, ч			60
ИТОГО, ч			108

Вид промежуточной аттестации	зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
------------------------------	--------------	------------------------------	---------------------------------------

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
ПК(У)-5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК(У)-5.В3	Владеет опытом анализа и декомпозиции бизнес-процессов организации инновационной деятельности предприятия, подразделения
		ПК(У)-5.У3	Умеет моделировать бизнес-процессы организации
		ПК(У)-5.33	Знает методологию и методы управления инновационными проектами и процессами
ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 1	Владеет опытом анализа информации и баз данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений
		ПК(У)-10. У1	Умеет принимать маркетинговые и управленческие решения на основе полученных результатов и отчетов
		ПК(У)-10. 31	Знает инструменты анализа информации и баз данных о маркетинговой среде

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Производить анализ рыночной ситуации, анализ и декомпозицию бизнес-процессов организации инновационной деятельности предприятия, подразделения, моделировать бизнес-процессы организации с использованием методов управления инновационными проектами и процессами	ПК(У)-5
РД2	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ,	ПК(У)-10
РД3	Способность осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией, планировать и координировать маркетинговые программы: маркетингового плана и контент-календаря; разрабатывать и формировать отчетность по маркетинговым программам с использованием специальных инструментов и платформ в цифровой среде для передачи результатов заказчику	ПК(У)-10

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел (модуль) 1. Структура интернет-рынка и основные направления интернет-бизнеса	РД1	Лекции	8
		Практические занятия	8
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	20
Раздел (модуль) 2. Бизнес-модели	РД2	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	20
Раздел (модуль) 3. Финансы в интернет-бизнесе	РД3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	20

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637> (дата обращения: 27.07.2020).
2. Семенов, М.А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса / М.А. Семенов, Л.И. Кашук // Вестник инновационного евразийского университета. — 2017. — № 2. — С. 30-35. — ISSN 1729-536X. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311510> (дата обращения: 28.07.2020).
3. Ильин, В. В. Управление бизнесом: системная модель : учебное пособие / В. В. Ильин. — 3-е изд. (эл.). — Москва : Интермедиатор, 2018. — 361 с. — ISBN 978-5-91349-055-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114755> (дата обращения: 28.07.2020).

Дополнительная литература:

1. Субботина, К. Е.. Интернет-банкинг в России: история возникновения, возможности современных систем, проблемы развития = Internet banking in Russia: history, possibility of modern systems, and development problems [Электронный ресурс] / К. Е. Субботина // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине сборник научных трудов III Международной научной конференции, 23-26 мая 2016 г., Томск: в 2 ч.: . — 2016 . — Ч. 2 . — [С. 259-262] . — Заглавие с титульного экрана. — [Библиогр.: с. 262 (6 назв.)]. — Свободный доступ из сети Интернет.. Схема доступа: <http://earchive.tpu.ru/handle/11683/31474> (контент)
2. Томас, А. К.. Современные бесконтактные электронные платежные системы [Электронный ресурс] / А. К. Томас; науч. рук. Л. М. Кузьменко // Прогрессивные технологии и экономика в машиностроении сборник трудов IX Всероссийской научно-практической конференции для студентов и учащейся молодежи, 5-7 апреля 2018 г., Юрга: / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Юргинский технологический институт

- (ЮТИ) ; под ред. Д. А. Чинахова . — Томск : Изд-во ТПУ , 2018 . — [С. 57-59] . — Заглавие с экрана. — [Библиогр.: с. 59 (4 назв.)]. — Свободный доступ из сети Интернет.. Схема доступа: <http://earchive.tpu.ru/handle/11683/47075> (контент)
3. Панова, Е. А. Маркетинговый подход к оценке влияния нематериальных активов на стоимость компании : монография / Е. А. Панова, Т. П. Данько. — Москва : Дашков и К, 2016. — 216 с. — ISBN 978-5-394-02814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/94040> (дата обращения: 27.07.2020).

4.2 Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. [Университетская информационная система Россия](http://www.cir.ru) – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).