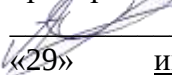


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Школы инженерного
предпринимательства

 Осадченко А.А.
«29» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА 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 единицах)	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
---------------------------------	--------------	---------------------------------	--

Руководитель ООП		И.А. Павлова
Преподаватель		О.Ю. Корнева

2020 г

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. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части междисциплинарного профессионального модуля Блока 1 учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. 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

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Структура интернет-рынка и основные направления интернет-бизнеса

Введение. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение интернет-рынка. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники интернет-рынка и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). Цифровые товары и рынки.

Темы лекций:

- 1.1 Структура интернет-рынка
- 1.2 Основные направления интернет-торговли и уровень их развития в России
- 1.3 Туристический бизнес в интернет
- 1.4 Интернет-страхование

Темы практических занятий:

- 1.1 Кризис и реклама: что ждет интернет.
- 1.2 B2C (бизнес – клиенту); B2B (бизнес – бизнесу); B2G (бизнес – государству); C2C (клиент – клиенту)
- 1.3 Преимущества использования интернет-технологий.
- 1.4 Виды страхования через интернет.

Названия лабораторных работ:

- 1.1 Основные виды и инструменты е-рекрутинга.
- 1.2 Интернет-аукционы.
- 1.3 Интернет-трейдинг
- 1.4 Виртуальный офис страховой компании

Раздел 2. Бизнес-модели

Стадии применения информационных технологий: инжиниринг информационных систем, инжиниринг бизнес-процессов, инжиниринг моделей бизнеса. Эволюция определения понятия модели бизнеса от цепочки ценности М. Портера (1985 г.) до модели бизнеса А. Остервальдера (2009 г.). Структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек

Темы лекций:

- 2.1 Шаблон модели бизнеса

2.2 Модели бизнеса: IKEA, Linux, Google, Яндекс, Facebook

Темы практических занятий:

- 2.1 Структура модели бизнеса: потребительские сегменты
- 2.2 Трансформация моделей бизнеса в банках страховых компаниях.

Названия лабораторных работ:

- 2.1 Построение бизнес-модели стартапа.
- 2.2 Презентация бизнес-модели

Раздел 3. Финансы в интернет-бизнесе

Монетизация цифровых товаров: разовая продажа, абонентская плата, плата за разработку/сопровождение, плата за услуги (рассылка, обработка, передача данных), плата за рекламные показы, Freemium (основной сервис бесплатен, дополнительные возможности платны), пожертвования. Сетевые эффекты: прямой – число пользователей товара, косвенный – наличие дополняющих товаров, послепродажный сервис. Цифровой банкинг: примеры клиентского опыта и технологические тренды. Бесшовное взаимодействие в цифровом офисе. Геймификация. Виртуальная реальность.

Темы лекций:

- 3.1 Электронные деньги.
- 3.2 Интернет-банкинг

Темы практических занятий:

- 3.1 Мобильные платежи и мобильная коммерция
- 3.2 Электронные платежные системы: PayPal, MoneyBookers, GoogleCheckOut, Ucash, Fethard Finance, NETTELLER и другие.

Названия лабораторных работ:

- 3.1 Мобильный платеж МТС
- 3.2 Внедрение нового интерфейса оплаты InPlat

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах):

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса.
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку.
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации.
- Выполнение домашних заданий и домашних контрольных работ.
- Подготовка к лабораторным работам и к практическим занятиям.
- Исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах.
- Анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-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 : Интермедиа, 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).

6.2. 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>

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.

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 361	Компьютер - 1 шт.; Телевизор - 1 шт.; Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест.

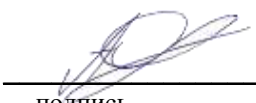
Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Доцент ШИП		О.Ю. Корнева

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства (протокол от 27.06.2019 г. №3)

Директор
Школы инженерного предпринимательства
К.Т.Н


_____ /А. А. Осадченко/
подпись

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП (протокол)
2020/2021 учебный год	Внесены изменения в формы документов в соответствии с требованием приказа №127-7/об от 06.05.2020	От « 29 »06. 2020 г. № 3