

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Стратегия и планирование в цифровой среде			
Направление подготовки/ специальность Образовательная программа (направленность (профиль)) Специализация Уровень образования Курс Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах) Виды учебной деятельности	27.04.05 Инноватика		
	Цифровой маркетинг		
	Цифровой маркетинг		
	высшее образование – магистратура		
	1	семестр	2
	6		
	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		8
	Практические занятия		40
	Лабораторные занятия		32
	ВСЕГО		80
Самостоятельная работа, ч			136
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)			курсовая работа
ИТОГО, ч			216

Вид промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН, диф.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
УК(У)-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК(У)-1.B1	Владеет опытом установки связи между составляющими проблемной ситуации
		УК(У)-1.У1	Умеет выделять составляющие проблемной ситуации
		УК(У)-1.31	Знает подходы к определению научной проблемы и способам ее постановки
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.B1	Владеет опытом использования методов стратегического анализа
		ПК(У)-5.У1	Умеет разрабатывать стратегию инновационной деятельности научно-производственного подразделения и план ее реализации
		ПК(У)-5.31	Знает методы стратегического анализа и планирования
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13.B2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13.У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13.32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенци я
Код	Наименование	
РД1	Производить анализ рыночной ситуации, разрабатывать и реализовывать на этой основе цифровую стратегию предприятия, 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	УК(У)-1
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)-5

РДЗ	Способность осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией	ПК(У)-13
-----	---	----------

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности ¹	Объем времени, ч.
Раздел (модуль) 1. Предпосылки и подходы к стратегическому планированию на предприятии в цифровой среде. Предмет и методы стратегии и планирования в цифровой среде	РД1	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 2. Стратегическое управление на предприятии в цифровой среде. Цели, структура и преимущества digital-стратегии	РД1	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 3. Диагностика экономического состояния и оценка потенциальных возможностей предприятия. Digital- аналитика	РД2	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 4. Прогноз экономической обстановки во внешней среде и формирование политики экономического развития предприятия в цифровой среде	РД2	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 5. Функциональные частные стратегии деятельности предприятий в цифровой среде Стратегия цифрового маркетинга. Инструменты и технологии планирования в digital-стратегии.	РД2	Лекции	–
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 6. Выбор стратегии развития предприятия в цифровой среде. Digital-branding и коммуникации	РД3	Лекции	–
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	16
Раздел (модуль) 7. Управление в условиях реализации стратегии в цифровой среде развития предприятий. Работа с целевой аудиторией в digital	РД3	Лекции	–
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	20

¹ Общая трудоёмкость контактной работы и виды контактной работы в соответствии учебным планом

Раздел (модуль) 8. Стратегия развития в условиях изменения внешней и внутренней цифровой среды. Планирование рекламных кампаний	РДЗ	Лекции	–
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	20

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Плучевская, Эмилия Валерьевна. Стратегическое планирование фирмы: электронный курс [Электронный ресурс] / Э. В. Плучевская; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт социально-гуманитарных технологий (ИСГТ), Кафедра экономики (ЭКОН). — Электрон. дан. — Томск: TPU Moodle, 2015. — Заглавие с экрана. — Доступ по логину и паролю. Схема доступа: <http://design.lms.tpu.ru/enrol/index.php?id=520> (контент)
2. Шонесси, Г. 12 шагов к гибкому бизнесу: справочник / Г. Шонесси, Ф. Голдинг ; перевод с английского Д. Денисова [и др.]. — Москва: ДМК Пресс, 2019. — 226 с. — ISBN 978-5-97060-743-5. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/131690> (дата обращения: 27.07.2020).
3. 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).

Дополнительная литература:

1. Прохоренко, А. С. Стратегия в формате Co-creation [Электронный ресурс] / А. С. Прохоренко; науч. рук. Е. В. Галанина // Импульс-2014 труды XI Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций, 26-28 ноября 2014 г., г. Томск: / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ); под ред. Т. В. Калашниковой [и др.]. — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — [С. 220-222]. — Заглавие с титульного экрана. — [Библиогр.: с. 222 (5 назв.)]. — Свободный доступ из сети Интернет. — Adobe Reader. Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2014/C25/086.pdf> (контент)
2. Авдеева, И.Л. Развитие цифровых технологий в экономике и управлении: российский и зарубежный опыт / И.Л. Авдеева, Т.А. Головина, Л.В. Парахина // Вопросы управления. — 2017. — № 6. — С. 1-12. — ISSN 2304-3369. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311466> (дата обращения: 27.07.2020).
3. Пономарева, А.И. Возможности роста промышленных предприятий в цифровой экономической реальности / А. И. Пономарева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2019. — № 9. — С. 58-64. — ISSN 1993-0453. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/312952> (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>

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 2020 г., очная форма обучения).