

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 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	27.04.0 Инноватика		
	Инженерное предпринимательство		
	Инженерное предпринимательство		
	высшее образование – магистратура		
	2	семестр	3
	3		
	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	-	
	Практические занятия	24	
	Лабораторные занятия	-	
	ВСЕГО	24	
Самостоятельная работа, ч		84	
ИТОГО, ч		108	

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

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
ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК(У)-2.33	Знает подходы к продвижению нового продукта
		ДПК(У)-2.У3	Умеет разрабатывать план продвижения нового продукта
		ДПК(У)-2.В3	Владеет опытом разработки рекламной кампании продукта

2. 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, 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	ДПК(У)-2
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	ДПК(У)-2
РД3	Способность осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией	ДПК(У)-2

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. Предпосылки и подходы к стратегическому планированию на предприятии в цифровой среде. Предмет и методы стратегии и планирования в цифровой среде	РД1	Лекции	-
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	8
Раздел (модуль) 2. Стратегическое управление на предприятии в цифровой среде. Цели, структура и преимущества digital-стратегии	РД1	Лекции	-
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	8
Раздел (модуль) 3. Диагностика экономического состояния и оценка потенциальных возможностей	РД2	Лекции	-
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	12

предприятия. Digital- аналитика			
Раздел (модуль) 4. Прогноз экономической обстановки во внешней среде и формирование политики экономического развития предприятия в цифровой среде	РД2	Лекции	-
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	8
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	4
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	10
Раздел (модуль) 6. Выбор стратегии развития предприятия в цифровой среде. Digital-branding и коммуникации	РД3	Лекции	-
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	12
Раздел (модуль) 7. Управление в условиях реализации стратегии в цифровой среде развития предприятий. Работа с целевой аудиторией в digital	РД3	Лекции	-
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	12
Раздел (модуль) 8. Стратегия развития в условиях изменения внешней и внутренней цифровой среды. Планирование рекламных кампаний	РД3	Лекции	-
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	–
		Самостоятельная работа	14
ИТОГО:		Лекции	-
		Практические занятия	24
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	84

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Плучевская, Э. В. 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. URL: <http://design.lms.tpu.ru/enrol/index.php?id=520> (дата обращения 04.05.2019)
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: 14.05.2020). Режим доступа: для авторизованных пользователей.
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: 14.05.2020). Режим доступа: для авторизованных пользователей.

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. - Свободный доступ из сети Интернет. — Adobe Reader. URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2014/C25/086.pdf> (дата обращения: 04.05.2019)
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. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311466> (дата обращения: 04.05.2019). Режим доступа: для авторизованных пользователей.
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: 04.05.2019). Режим доступа: для авторизованных пользователей.

4.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 04.05.2019). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

Используемое лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice;
3. Google Chrome;
4. Mozilla Firefox ESR;
5. Zoom Zoom