

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Информационные системы цифровой экономики»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровые инновации в управлении предприятием»

Направление подготовки:	<u>38.03.05 – Бизнес-информатика</u>
Профиль:	<u>Цифровая экономика</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Виды хозяйственной деятельности в электронном бизнесе» является: умение позиционировать бизнес в открытой информационной среде.

Для реализации поставленной цели решаются следующие задачи:

- знакомство с методологией электронного бизнеса,
- освоение навыков консультирования заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент;
- изучение структуры Интернет-рынка, его состояния и развития;
- понимание Интернета как среды ведения предпринимательской деятельности,
- изучение факторов, влияющих на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие;

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Цифровые инновации в управлении предприятием" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-3	Способен осуществлять организационную поддержку платформенных решений и развития цифровой экосреды
ПКС-4	Способен принимать управленческие решения в условиях цифровой экономики

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В обучении студентов по данной дисциплине используются: 1. при проведении лекционных занятий: - проблемная лекция; - лекция визуализация; 2. для проведения лабораторных занятий: - проектная технология; - технология учебного исследования; - техника «круглый стол»; - техника «публичная защита отчета по лабораторной работе»; - технология обучения в сотрудничестве и в малых группах; - технологии дистанционного обучения;

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Основы электронного бизнеса

Тема: 1. Структура Интернет-рынка: состояние и прогноз

Тема: 2. Особенности предпринимательства в Интернет

Тема: 3. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет

РАЗДЕЛ 2

Интернет-маркетинг

Тема: 1. Основные термины и определения, предмет изучения, место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании

Тема: 2. Определение целей и задач интернет-маркетинга в компании, построение модели интернет-маркетинга. Пределы возможностей интернет-маркетинга в России сегодня

Тема: 3. Планирование сайта в соответствии с поставленными целями и задачами. Сайт, как отражение модели интернет-маркетинга, основные принципы конструирования модели сайта.

Тема: 3. Целевая аудитория в интернете.

Выполнение лабораторных работ (1-7) и защита лабораторных работ (1-6)
РИТМ

Тема: 4. Типы целевой аудитории, методы определения целевой аудитории, методы исследования целевой аудитории.

Тема: 5. Влияние типа целевой аудитории на планирование рекламы.

Тема: Реклама в интернете, виды, особенности, инструменты рекламы, место рекламы в интернете в общей рекламной практике компании.

Выполнение лабораторных работ (7-12) и защита лабораторных работ (7-11)
РИТМ

Тема: 7. Современное развитие технологий рекламы в интернете.

Тема: Методы медиапланирования в интернете. Зависимость методов медиапланирования от типа целевой аудитории.

Тема: 9. Таргетинг рекламы. Виды и инструменты таргетинга.

Тема: 10. Инструменты и методы измерений в интернете.

Тема: 11. Технологии проведения исследований в интернете.

Тема: 12. Технологии проведения исследований в интернете. Возможности технологических измерений, возможности онлайн-опросов.

Тема: 13. Анализ эффективности маркетинга в интернете. Инструменты анализа эффективности.

Дифференцированный зачет