

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.05.2024 16:44:15
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РАЗЛИЧНЫХ КОМПАНИЯХ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях» входит в программу магистратуры «Экономика и управление цифровым предприятием» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра управления цифровым предприятием. Дисциплина состоит из 1 раздела и 4 тем и направлена на изучение теоретических и методологических основ стратегического менеджмента; - формирование практических навыков современного стратегического менеджмента, включая стратегическое планирование; - расширение знаний и навыков продаж, критического мышления, основанных на современных математических методах и научных подходах к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды; - формирование коммуникативных компетенций, позволяющих эффективно взаимодействовать с заинтересованными контрагентами, разрабатывать стратегию и находить альтернативные варианты в условиях неопределенности; - совершенствование опыта управленческой деятельности на основе классических моделей и инструментов стратегического управления применительно к различным условиям деятельности организации; - овладение методологией разработки программ инновационного развития (ПИР) наукоёмких корпорациях; - развитие креативного мышления в отношении мирового опыта стратегического менеджмента с целью рационального использования его положительных аспектов в современных условиях с учетом национальной специфики.

Целью освоения дисциплины является формирование у слушателей знаний теоретических и методологических основ стратегического менеджмента, развитии практических навыков продаж (маркетинга) и принятия стратегических решений в условиях современной рыночной экономики.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;;
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;;
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	академического и профессионального взаимодействия	решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;;
ПК-1	Способен управлять процессами стратегического и тактического планирования и организации деятельности организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий	ПК-1.1 способен разрабатывать тактические приемы организации деятельности цифрового предприятия; ПК-1.2 способен осуществлять стратегическое планирование деятельности организации с использованием современных цифровых технологий;
ПК-2	Способен осуществлять управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения	ПК-2.1 Способен организовывать процесс планирования на уровне структурного подразделения; ПК-2.2 Способен управлять процессами организации на уровне структурного подразделения;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия	Научно-исследовательская работа; Цифровая экономика предприятия; <i>Профессиональный иностранный язык**;</i>	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; <i>Профессиональный иностранный язык**;</i>
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Научно-исследовательская работа; Эконометрика (продвинутый курс);	Экономика и управление в современных компаниях; <i>Управление бизнес-процессами и их оптимизация**;</i> <i>Внешнеэкономическая деятельность компаний**;</i> <i>Технологии цифровой экономики в народном хозяйстве**;</i> <i>Продукты и услуги цифрового предприятия**;</i> Научно-исследовательская работа;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Преддипломная практика;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Цифровая экономика предприятия; Технология блокчейн на предприятиях; Data Mining and Decision Making; Микроэкономика (продвинутый курс); Управление проектами; Научно-исследовательская работа;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Экономика и управление в современных компаниях; Инвестиционная политика и управление корпоративными финансами в компаниях; <i>Управление бизнес-процессами и их оптимизация**</i> ; <i>Внешиэкономическая деятельность компаний**</i> ; <i>Технологии цифровой экономики в народном хозяйстве**</i> ; <i>Продукты и услуги цифрового предприятия**</i> ; <i>Развитие цифровых инноваций в управлении компаний**</i> ; <i>Адаптация персонала компаний и организаций к условиям санкций**</i> ;
ПК-1	Способен управлять процессами стратегического и тактического планирования и организации деятельности организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий	Научно-исследовательская работа; Data Mining and Decision Making; Управление проектами;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; <i>Технологии цифровой экономики в народном хозяйстве**</i> ; <i>Продукты и услуги цифрового предприятия**</i> ; <i>Развитие цифровых инноваций в управлении компаний**</i> ; <i>Адаптация персонала компаний и организаций к условиям санкций**</i> ;
ПК-2	Способен осуществлять управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения	Цифровая экономика предприятия; Управление проектами; Научно-исследовательская работа;	Инвестиционная политика и управление корпоративными финансами в компаниях; <i>Управление бизнес-процессами и их оптимизация**</i> ; <i>Внешиэкономическая деятельность компаний**</i> ; <i>Технологии цифровой экономики в народном хозяйстве**</i> ; <i>Продукты и услуги цифрового предприятия**</i> ; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	54		54
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Цифровой маркетинг в компаниях	1.1	Целевые ориентиры культурных изменений	ЛК, СЗ
		1.2	Непрерывное обучение	ЛК, СЗ
		1.3	Формирование корпоративной культуры	ЛК, СЗ
		1.4	Цифровой маркетинг	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- 433 с.

2. Банчуков Д.А. Денег нет, но вы пиарьтесь! Химия хайпа и 99 кейсов с вирусными приемами.- М.: Эксмо, 2021.- 192 с.

Дополнительная литература:

1. Березин И.С. Маркетинг. Большой толковый словарь Александра Панкрухина. 3-

е изд., перераб./ Березин И.С., Карпова С.В., Коро Н.Р. под общ. ред. - М.: Дашков и К, 2022.- 520 с.

2. Воронцова М.В. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе.- М.: Юрайт, 2021.- 251 с.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

[http://www.elsevier.com/locate/scopus/](http://www.elsevier.com/locate/scopus)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Развитие цифрового маркетинга в различных компаниях» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Цветкова Таисия Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Уколов Владимир Федорович <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Уколов Владимир Федорович <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---