

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 12:06:51
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УМР
ИСОУ

_____ Т.А. Харитонова
«23» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Digital-стартап

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Диджитал маркетинг

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Д.А. Пезин, доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного подхода к созданию digital-стартапов в цифровой среде.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Формирование знаний и компетенций в сфере гражданского законодательства РФ, необходимого при создании digital-стартапа в цифровой среде.
2. Ознакомление обучающихся с процессами и инструментарием организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж в цифровой среде.
3. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в цифровой среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Digital-стартап» относится к элективным дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны: «Цифровые коммуникации», «Экономика», «Теория и практика массовой информации», «Социология и психология рекламы и связей с общественностью», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- гражданско-правовых основ законодательства Российской Федерации.
- принципов организации и планирования различных систем.
- терминологии сферы рыночных отношений, сущности и содержания субъектов экономических отношений, отличительных элементов конкурентоспособности.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии.
- формулировать концептуальные и стратегические документы.
- подготавливать, координировать и осуществлять планирование мероприятий в общем виде.

Владение:

- навыками определения методов и технологий продвижения продукции СМИ.
- навыками подбора, отбора и выбора маркетинговых технологий.
- навыками разработки плана мероприятий.

Содержание дисциплины «Digital-стартап» служит основой для освоения дисциплин: «SMM и SMCS», «Копирайтинг и нейминг».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Знать 3.1. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж

технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций		Уметь У.1. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	
		Уметь У.2. разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	
		Владеть В.1. процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	
	ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия		Знать З.2. технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
			Уметь У.3. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
			Уметь У.4. разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ
			Владеть В.2. процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
			Владеть В.3. процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
	ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций		Знать З.3. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
Уметь У.5. работать с системой управления контентом (CMS)			
Владеть В.4. процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру			
Владеть В.5. процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов			
Владеть В.6. процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений			

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6		7
очная	4/8	10	20	-	114	36	экзамен
заочная	5/10	10	8	-	153	9	Экзамен,

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования	-	2	-	10	12	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 1)
2	2	Введение в бизнес-модели и развитие потребителей	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 2)
3	3	Ценностное предложение	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 3)
4	4	Сегменты потребителей	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 4)
5	5	Каналы распространения	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 5)
6	6	Отношения с потребителями (Привлечь / сохранить / вырастить)	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 6)
7	7	Монетизация	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 7)
8	8	Рыночная стратегия	1	2	-	10	13	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 8)
9	9	Разработка и упаковка	1	2	-	10	13	ПКС-4.1	Презента-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		продукта						ПКС 4.3 ПКС 4.4	ция (Приложение 9)
10	10	Технология презентации продукта	1	1	-	10	12	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 10)
11	11	Обратная связь об «извлечённых уроках»	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 11)
12	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Вопросы к экзамену (Приложение 12)
Итого:			10	20	-	150	180		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования	-	-	-	14	14	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 1)
2	2	Введение в бизнес-модели и развитие потребителей	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 2)
3	3	Ценностное предложение	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 3)
4	4	Сегменты потребителей	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 4)
5	5	Каналы распространения	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 5)
6	6	Отношения с потребителями (Привлечь / сохранить / вырастить)	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 6)
7	7	Монетизация	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 7)
8	8	Рыночная стратегия	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3	Презентация (При-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ПКС 4.4	ложение 8)
9	9	Разработка и упаковка продукта	1	1	-	14	16	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 9)
10	10	Технология презентации продукта	1	-	-	14	15	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 10)
11	11	Обратная связь об «извлечённых уроках»	1	-	-	13	14	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Презентация (Приложение 11)
12	Экзамен		-	-	-	9	9	ПКС-4.1 ПКС 4.3 ПКС 4.4	Вопросы к экзамену (Приложение 12)
Итого:			10	8	-	162	180		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования».

Передовой международный опыт для стимулирования цифровых инноваций и предпринимательства в России. Цифровое предпринимательство и инновации в России. Инновационный ландшафт цифрового предпринимательства в России. Концентрация инноваций в городах с лидирующей позицией Москвы. Причины малого количества инвесторов-ангелов. Недостаток цифровых навыков. Создание региональных инновационных центров под эгидой правительства.

Раздел 2. «Введение в бизнес-модели и развитие потребителей».

Блоки бизнес-модели в цифровой сфере. Гипотезы и факты. Выход в «поле». «Веб / мобильный» и «физический». Проблема / Решение. Соответствие продукта рынку. Гипотезы / Действия / Данные / Выводы. Итерации и развороты бизнес-модели. Отношения с клиентами - привлечь / сохранить / вырастить (Get/Keep / Grow). Ошибочность частого пути стартапов, проводящих годы, атакуя небольшой рынок. Расчёт размера рынка на раннем этапе проекта. Ответы на вопросы перед стартапом: «Насколько большим может быть проект? Стоит ли это делать?»

Раздел 3. «Ценностное предложение».

Процесс управления ожиданиями об:

- обнаружении клиентов: количестве, скорости и выводах;
- аннотации к обновлениям канвы бизнес-модели;

Процесс коммуникации с клиентами в цифровой сфере:

- обязательная непрерывность общения с клиентами;
- гипотезы должны быть превращены в факты при общении с клиентами (в университете нет фактов);
- реализация стартапа – это не про исполнение первоначальной идеи.

Раздел 4. «Сегменты потребителей».

Ценностное предложение + сегмент потребителей = соответствие продукта рынку. Боль и ценность для клиентов. «Работу, которую необходимо выполнить» клиентам. Архетипы / портреты клиентов и почему они полезны. Проблема и потребности. Разницу между пользователями, агентами влияния, рекомендателями, ЛПР (людьми, принимающими решения), покупателями и диверсантами. Кто будет платить и почему?

Тип рынка (разница между существующим, ресегментированным, новым и клонированным рынком) в цифровой сфере. Тип рынка, на котором работают обучающиеся. Разница между односторонней и двухсторонней бизнес-моделью в цифровой сфере.

Раздел 5. «Каналы распространения».

Определение канала распространения в цифровой сфере. Прямой, не прямой и OEM. Партнерские программы в цифровой сфере. Отличие между физическими и виртуальными каналами. Типы физических и виртуальных каналов. Каналы распространения и сложность продукта в цифровой сфере. Экономика каналов распространения в цифровой сфере.

Раздел 6. «Валовый доход и управление рентабельностью».

Процесс привлечения клиентов через воронку продаж и успешное проведение через весь цикл продажи в цифровой сфере. Сохранение клиентов и получение дополнительного дохода от клиентов со временем. Развитие экспериментов для определения тактики, позволяющей проводить клиентов по воронке продаж повторяемым и масштабируемым способом. Концепция «Пожизненной ценности клиента». Расчёт метрики и её учёт в стратегиях привлечения клиентов в цифровой сфере.

Раздел 7. «Монетизация».

Монетизация (модель получения дохода) как стратегия, используемая компанией для получения денежных средств от каждого сегмента потребителей в цифровой сфере. Прямые продажи, лицензирование, подписка. В рамках модели получения дохода ценообразование продукта. Ценообразование в цифровой сфере как уровень тактики. Модель получения дохода как уровень стратегии. Финансовый отчет, баланс и/или движение денежных средств. Операционные данные, получаемые из проверенной модели дохода и ценообразования.

Раздел 8. «Рыночная стратегия».

Определение в рамках реализуемого проекта в цифровой сфере:

- Состояния рынка;
- Предпочтительного поведения на указанном рынке;
- Оценки размеров рынка;
- Выделения основных конкурентов.

Раздел 9. «Разработка и упаковка продукта».

Определение своего «секретного соуса» (технология, знание, научное открытие) в цифровой сфере. Поиск необходимого для начала действия продукта в цифровой сфере. Подбор упаковки продукта с целью повышения его привлекательности. Анализ влияния членов команды на технологии разработки продуктов студенческого digital-стартапа. Способы защиты интеллектуальной собственности digital-стартапа обучающихся. Полнота перечня затрат, необходимых для разработки продуктов/услуг в рамках проекта.

Раздел 10. «Технология презентации продукта».

Разбор черновиков финальных командных студенческих презентаций, сюжета и технического видео. Доработка и совершенствование материалов в процессе разбора. Быстрая замена слайдов, редактирование видео, пересъемка интервью и перезаписывание озвучки. Получение рекомендаций и предложения от преподавателя и других команд обучающихся.

Представление себя и своего материала с концентрацией на рассказе понятной и интересной истории.

Раздел 11. «Обратная связь об «извлечённых уроках»».

Презентация «извлеченные уроки», основанная на очень коротком списке определений и правил, направленных на повышение качества презентации.

Минимальный список блоков:

- История.
- Будьте конкретными.
- Показывайте, а не говорите.
- Разделяйте на секции.
- Начало, середина, конец.
- Персонаж, обстановка, сюжет.
- Редактирование.
- Заметки.
- Посмотрите, раньше.
- Практика.
- Конкретность.

Демонстрация диаграмм, которые использовались в еженедельных презентациях, и/или улучшение их для иллюстрации этих пунктов.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	-	-	-	«Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования»
2	2	1	1	-	«Введение в бизнес-модели и развитие потребителей»
3	3	1	1	-	«Ценностное предложение»
4	4	1	1	-	«Сегменты потребителей»
5	5	1	1	-	«Каналы распространения»
6	6	1	1	-	«Валовый доход и управление рентабельностью»

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
7	7	1	1	-	«Монетизация».
8	8	1	1	-	«Рыночная стратегия»
9	9	1	1	-	4 главных показателя для оценки рынка. Оценка
10	10	1	1	-	«Разработка и упаковка продукта»
11	11	1	1	-	«Технология презентации продукта»
		1	1	-	«Обратная связь об «извлечённых уроках»»
Итого:		10	10	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	1	-	-	«Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования»
2	2	1	1	-	«Введение в бизнес-модели и развитие потребителей»
3	3	2	1	-	«Ценностное предложение»
4	4	2	1	-	«Сегменты потребителей»
5	5	2	1	-	«Каналы распространения»
6	6	2	1	-	«Валовый доход и управление рентабельностью»
7	7	2	1	-	«Монетизация».
8	8	2	1	-	«Рыночная стратегия»
9	9	2	1	-	4 главных показателя для оценки рынка. Оценка
10	10	2	-	-	«Разработка и упаковка продукта»
11	11	2	-	-	«Технология презентации продукта»
		2	-	-	«Обратная связь об «извлечённых уроках»»
Итого:		20	8	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	10	14	-	Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы	Подготовка презентации

					функционирования	
2	2	10	14	-	Введение в бизнес-модели и развитие потребителей	Подготовка презентации
3	3	8	14	-	Ценностное предложение	Подготовка презентации
4	4	10	14	-	Сегменты потребителей	Подготовка презентации
5	5	10	14	-	Каналы распространения	Подготовка презентации
6	6	10	14	-	Отношения с потребителями (Привлечь / сохранить / вырастить)	Подготовка презентации
7	7	10	14	-	Монетизация	Подготовка презентации
8	8	10	14	-	Рыночная стратегия	Подготовка презентации
9	9	10	14	-	Разработка и упаковка продукта	Подготовка презентации
10	10	10	14	-	Технология презентации продукта	Подготовка презентации
11	11	14	13	-	Обратная связь об «извлечённых уроках»	Подготовка презентации
		36	9	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		150	162	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- подготовка презентаций (СРС).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

1. Стартапы: сущность и основные составляющие развития
2. Современные модели финансирования digital-стартапов
3. Методический инструментарий оценки уровня инвестиционной привлекательности digital-стартапов
4. Инновационные акселераторы: бизнес-инкубатор и технопарк как инструменты поддержки развития digital-стартапов
5. Анализ причин гибели и долгосрочные стратегии развития digital-стартапов
6. Стартап-предпринимательство и производственные факторы
7. Экологические digital-стартапы
8. Городские digital-стартапы
9. Социальные digital-стартапы
10. Ключевые факторы успеха спортивных digital-стартапов в России
11. Хайтек-стартапы
12. Инновационные digital-стартапы в России: проблемы создания и маркетингового продвижения
13. Инновационные digital-стартап проекты: опыт, оценка, противоречия реализации
14. Инновационные digital-стартапы в России: проблемы функционирования и основные факторы успеха
15. Успешные отечественные и зарубежные digital-стартапы
16. Digital-стартапы в сфере образовательных технологий на основе блокчейна

17 История возникновения digital-стартапов

18. Выбор типа инновационной стратегии развития digital-стартапа

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Презентации по разделу «Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования». Выполнение практической работы	10
1.2	Презентации по разделу «Введение в бизнес-модели и развитие потребителей». Выполнение практической работы	5
1.3	Презентации по разделу «Ценностное предложение». Выполнение практической работы	5
1.4	Презентации по разделу «Сегменты потребителей». Выполнение практической работы	10
2.1	Презентации по разделу «Каналы распространения». Выполнение практической работы	10
2.2	Презентации по разделу «Валовый доход и управление рентабельностью». Выполнение практической работы	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	50
2 текущая аттестация		
2.3	Презентации по разделу «Монетизация». Выполнение практической работы	10
3.1	Презентации по разделу «Рыночная стратегия». Выполнение практической работы	10
3.2	Презентации по разделу «Разработка и упаковка продукта». Выполнение практической работы	10
3.3	Презентации по разделу «Технология презентации продукта». Выполнение практической работы	10
3.4.	Презентации по разделу «Обратная связь об «извлечённых уроках»». Выполнение практической работы	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	50
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1.	Презентации по разделу «Современное состояние и развитие цифровой среды: правовые и экономические основы функционирования». Выполнение практической работы	10
2.	Презентации по разделу «Введение в бизнес-модели и развитие потребителей». Выполнение практической работы	5

3.	Презентации по разделу «Ценностное предложение». Выполнение практической работы	5
4.	Презентации по разделу «Сегменты потребителей». Выполнение практической работы	10
5.	Презентации по разделу «Каналы распространения». Выполнение практической работы	10
6.	Презентации по разделу «Валовый доход и управление рентабельностью». Выполнение практической работы	10
7.	Презентации по разделу «Монетизация». Выполнение практической работы	10
8.	Презентации по разделу «Рыночная стратегия». Выполнение практической работы	10
9.	Презентации по разделу «Разработка и упаковка продукта». Выполнение практической работы	10
10.	Презентации по разделу «Технология презентации продукта». Выполнение практической работы	10
11.	Презентации по разделу «Обратная связь об «извлечённых уроках»». Выполнение практической работы	10
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
- ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки.

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

- Microsoft Office Professional Plus;
- Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Digital-стартап	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС**11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.**

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Digital-стартап

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции		Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	6
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности и основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Знать 3.1. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж	Не знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж	Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж, совершая ряд ошибок	Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж, совершая незначительные ошибки	В совершенстве знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
		Уметь У.1. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Не умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, допуская ряд ошибок	Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты

Код компетенции		Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	6
		Уметь У.2. разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Не умеет разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Умеет разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, допуская ряд ошибок	Умеет разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
		Владеть В.1. процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Не владеет процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Частично владеет процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Владеет процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия	Уметь У.3. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Не умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, допуская ряд ошибок	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций

Код компетенции		Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	6
		Уметь У.4. разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ	Не умеет разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ	Умеет разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ, допуская ряд ошибок	Умеет разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ
		Владеть В.2. процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Не владеет процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частично владеет процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Владеет процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
		Владеть В.3. процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Не владеет процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Частично владеет процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Владеет процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом

Код компетенции		Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	6
	ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать 3.3. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Не знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, совершая ряд ошибок	Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, совершая незначительные ошибки	В совершенстве знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
		Уметь У.5. работать с системой управления контентом (CMS)	Не умеет работать с системой управления контентом (CMS)	Умеет работать с системой управления контентом (CMS), допуская ряд ошибок	Умеет работать с системой управления контентом (CMS), допуская незначительные ошибки	В совершенстве работать с системой управления контентом (CMS)
		Владеть В.4. процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Не владеет процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Частично владеет процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Владеет процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру

Код компетенции		Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	6
		Владеть В.5. процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Не владеет процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Частично владеет процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Владеет процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов
		Владеть В.6. процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений	Не владеет процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений	Частично владеет процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений	Владеет процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления проверки правильности отображения внесенных изменений

**КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Digital-стартап

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489960	ЭР*	25	100	+
2	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497224	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования

Внутренний документ "Digital-стартап_2022_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано