

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

СОГЛАСОВАНО

Директор ООО «Мега Трейд»



_____ А.А.Плешко

«20» февраля 2024 г

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала



И.А. Кравченко

«20» февраля 2024 г.

С.Г. Каткова

ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Для студентов, обучающихся по направлению **38.03.02 «Менеджмент»**
образовательная программа - Управление бизнесом
профиль - Менеджмент и управление бизнесом

*Рекомендовано Ученым советом Уральского филиала Финуниверситета
(Протокол № 10 от «20» февраля 2024 г.)*

*Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и управление»
(Протокол № 06 от «30» января 2024 г.)*

Челябинск, 2024

Содержание

Наименование разделов РПД	стр.
1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) видов учебных занятий	5
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	21
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	21
12. Описание материальной базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21

1. Наименование дисциплины

Учебная дисциплина «**Инновации и цифровая трансформация бизнеса**» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, ОП "Управление бизнесом" (Менеджмент организации)

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения

Компетен - ции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКН-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	<p>1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.</p> <p>2.Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.</p> <p>3.Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>	<p>Знать: методы анализа и источники внутренней и внешней среды бизнеса;</p> <p>Уметь: Применять на практике определение зон конкурентного преимущества фирмы</p> <p>Знать: методики расчета бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей</p> <p>Уметь: определять и оценивать эффективность планирования и прогнозирования</p> <p>Знать: методики анализа и расчета бизнес-идеи экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана</p> <p>Уметь: определять и оценивать эффективность расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>
ПКН-9	Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в	1. Использует навыки анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.	<p>Знать: Методы анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.</p> <p>Уметь:</p>

	<p>управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов</p>	<p>2. Использует проектные методы управления при проведении реинжиниринга</p> <p>3. Проводит анализ бизнес-процессов с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений.</p>	<p>Применять на практике методы анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.</p> <p>Знать: Методику проектных методов управления при проведении реинжиниринга</p> <p>Уметь: применять проектные методы управления при проведении реинжиниринга на основе анализа бизнес-процессов</p> <p>Знать: Основы анализа принципов и основ формирования компенсационных систем с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений</p> <p>Уметь: Применять, критически оценивать методики исследования, связанные с внедрением инноваций и проведением реорганизационных изменений в бизнес-процессах</p>
--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновации и цифровая трансформация бизнеса» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, предпрофильного цикла направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент, ОП «Управление бизнесом» (Менеджмент организации).

Дисциплина «Инновации и цифровая трансформация бизнеса» направления подготовки: 38.03.02 «Менеджмент», профиль: «Менеджмент организации» базируется на знаниях и умениях, приобретенных студентами в ходе изучения дисциплин: «Информационные технологии профессиональной деятельности», «Основы бизнеса», «Управление бизнес - процессами».

4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы.

Форма текущего контроля – проектная работа.

Вид промежуточной аттестации – экзамен.

- очная форма обучения

Вид учебной работы	Часы	Семестр 5
Общая трудоемкость дисциплины	180	180
Аудиторные занятия	68	68
Лекции	34	34
Практические и семинарские занятия, в т.ч. занятия в интерактивных формах	34	34
Самостоятельная работа	112	112
Текущий контроль		Проектная работа
Вид промежуточной аттестации		экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и концепции инноваций. Классификация инноваций

Понятия «инновация», «новшество», «технология», «знания». Источники, компоненты, категории и отличительные признаки инноваций. Инновационные процессы и инновационная деятельность. Уровни управления инновационными процессами. Понятие о национальной инновационной системе, инновационных сетях и кластерах.

Стратегическая роль инноваций, технологии и знания в развитии компаний. Конкуренция и инновации.

Виды и классификация инновации. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации.

Классификация инноваций по ее предмету. Технологические и процессные инновации, их примеры. Понятие об инновации бизнес-модели.

Подрывные инновации.

Тема 2. Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес - модели

Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес-модели. Чесборо о связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Потребительская ценность и подходы к ее формированию.

Основные элементы бизнес-модели. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей.

Две группы блоков в структуре бизнес-модели. Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели А. Остервальдера.

Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.

Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей

Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок». Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплерента и особенности их деятельности. Конкурирование «на острие». Фактор инноваций в стратегиях виолентов. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации и бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана». Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.

Тема 4. Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики

Преимущества и быстрое распространение мобильного Интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей. Социальная коммерция, «Интернет-вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Bigdata). Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультраконкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей.

Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-

CollectShopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга, мир подписок - культивируемое привыкание, дигитализация и физическая виртуальность, «Бал детей тысячелетия». Год «миллениалов», Y (игрек), первое поколение DigitalNatives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях распространения Интернет и мобильных коммуникаций.

5.2. Учебно-тематический план

- очная форма обучения

№ темы	Темы	всего	Аудиторные				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Общая в т.ч.	Лекции	Семинары, практ. занятия	Занятия в интерактивных формах		
1	Понятие и концепции инноваций. Классификация инноваций	24	8	4	4	2	16	фронтальный, индивидуальный опрос
2	Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес - модели.	52	20	10	10	8	32	индивидуальный и комбинированный опрос; письменная проверка; практическая проверка
3	Инновации и построение бизнес-моделей	52	20	10	10	8	32	практическая проверка; стандартизированный контроль
4	Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики	52	20	10	10	8	32	фронтальный, индивидуальный опрос
	В целом по дисциплине	180	68	34	34	26	112	
	Итого в %					38%		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Форма проведения занятия
Тема 1 Понятие и концепции инноваций. Классификация инноваций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия «инновация», «новшество», «технология», «знания». Источники, компоненты, категории и отличительные признаки инноваций. 2. Инновационные процессы и инновационная деятельность. Уровни управления инновационными процессами. 3. Понятие о национальной инновационной системе, инновационных сетях и кластерах. 4. Циклы инновационного развития. 5. Стратегическая роль инноваций, технологий и знаний в развитии компаний. 6. Конкуренция и инновации. 7. Виды и классификация инноваций. 8. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации. 9. Понятие об инновации бизнес- модели. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 № 1– 4; раздел 9 № 1–10.</p>	Устный опрос, доклады, обсуждение докладов (групповая дискуссия)
Тема 2 Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес - модели.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес-модели. 2. Потребительская ценность и подходы к ее формированию. 3. Основные элементы бизнес-модели. 4. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей. 5. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. 6. Модификации блоков бизнес-модели. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 № 1– 4; раздел 9 № 1–10.</p>	Решение ситуационных заданий, мини-кейсов и их обсуждение
Тема 3 Инновации и построение бизнес-моделей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского Фризевинокеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок». 2. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. 3. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. 4. Фактор инноваций в стратегиях виолентов. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. 5. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. 6. Стратегия следования за лидером в инновации. 	Решение ситуационных заданий, мини-кейсов и их обсуждение.

	<p>7. Инновации и бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса.</p> <p>8. Стратегия «голубого океана». Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации.</p> <p>9. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 № 1– 4; раздел 9 № 1–10.</p>	
<p>Тема 4</p> <p>Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики</p>	<p>1. Преимущества и быстрое распространение мобильного Интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей.</p> <p>2. Социальная коммерция, «Интернетвещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Bigdata).</p> <p>3. Интеллектуальная(предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-CollectShopping»</p> <p>4. Сила рекомендаций пользовательских отзывов</p> <p>5. Шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 № 1– 4; раздел 9 № 1–10.</p>	<p>Деловая игра, ситуационные задачи</p>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Форма внеаудиторной самостоятельной работы
<p>Тема 1</p> <p>Понятие и концепции инноваций.</p> <p>Классификация инноваций</p>	<p>1. Истоки теории инноваций. Волновая теория инноваций. Вклад В. Кондратьева, Г. Менша, К. Фримена. Концепция «креативного разрушения»</p> <p>2. И. Шумпетера. Стратегическая роль инноваций, технологий и знаний в развитии компаний. Конкуренция и инновации.</p> <p>3. Виды и классификация инноваций. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации.</p> <p>4. Классификация инноваций по ее предмету. Технологические и процессные инновации, их примеры. Понятие об инновации бизнес-модели.</p>	<p>Подготовка к вопросам семинарского занятия, выбор темы доклада. Формирование и усвоение содержания конспекта лекций.</p> <p>Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной литературы.</p>

	Подрывные инновации	
Тема 2 Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес - модели.	1. связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Потребительская ценность и подходы к ее формированию. 2. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.	Подготовка к вопросам семинарского занятия, выбор темы доклада. Формирование и усвоение содержания конспекта лекций. Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной литературы.
Тема 3 Инновации и построение бизнес-моделей	1. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. 2. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплорента и особенности их деятельности. Конкурирование «на острие». 3. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. 4. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения. 5. Определение пионера в инновации.	Подготовка к вопросам семинарского занятия, выбор темы доклада. Формирование и усвоение содержания конспекта лекций. Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной литературы.
Тема 4 Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики	1. Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультраконкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей. 2. Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-CollectShopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга, мир подписок - культивируемое привыкание, дигитализация и физическая виртуальность, «Бал детей тысячелетия». Год «миллениалов», Y (игрек), первое поколение DigitalNatives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях	Подготовка к вопросам семинарского занятия, выбор темы доклада. Формирование и усвоение содержания конспекта лекций. Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной литературы.

	распространения Интернет и мобильных коммуникаций	
--	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерный перечень вопросов к проектной работе

1. Каковы социальные различия между онлайн- и офлайн-шоппингом? Какие аргументы можно привести в пользу каждой из этих разновидностей шоппинга? Какие социологические и маркетинговые методы используются для изучения поведения офлайн- и онлайн-покупателей?
2. Почему в постиндустриальную эпоху в экономически развитых странах товары, произведенные кустарным способом (hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Какие теоретические модели можно использовать для объяснения формирования стоимости hand made товаров? Что является предметом купли-продажи в этих товарах?
3. В. Магун и М. Руднев, проведя сравнительное исследование ценностей населения постсоветских и капиталистических стран пришли в отношении российских граждан к ряду неожиданных выводов. Какие ценности оказались доминирующими на индивидуальном уровне среди российских граждан? Какие выводы в отношении развития малого бизнеса и сферы высоких технологий можно сделать на основании полученных авторами данных?
4. В начале XXI века в исследованиях потребительского поведения появился новый термин – «моральная экономика». В чем смысл введения такого определения? Какие факторы не экономического порядка определяют поведение потребителей в рамках «моральной экономики»? Приведите примеры этического потребительского поведения.
5. Американский социолог Л. Уорнер ввел понятие «социального класса» в противовес экономическим классам, основанным на имущественном положении. Каковы основания отнесения к тому или иному социальному классу? Как жители Янки-сити определяли, к какому социальному классу принадлежит человек? Какие социальные классы Вы можете выделить в Вашем местном сообществе (родной город, компания, в которой Вы работаете)?

Приведите примеры.

1. Сравните концепции моды Г. Зиммеля и Г. Блуммера. Как возникает и распространяется мода? Каким образом мода способствует статусной дифференциации? Приведите примеры модного поведения в сфере ИТтехнологий.

2. П. Клефато отмечает, что роскошь обладает рядом экономических функций. Каковы эти функции? В чем отличие между модой и элегантностью? Какие ценности являются определяющими для понятия «роскошь» и почему эти ценности являются характерными скорее для низших социальных слоев, чем для элит?
3. Трансформация бизнес – моделей при внедрении инновационных решений на основе аддитивных технологий
4. Внедрение организационных инноваций в компаниях на основе современных гибких методологий
5. Трансформация бизнес - моделей: цифровая трансформация традиционных секторов экономики
6. Технологии RPA, AI и ML как инструмент бизнес-инноваций и инновационной деятельности в телеком и финансовой сферах
7. Опыт применения технологий IoT и трансформация бизнес - моделей
8. Корпоративный форсайт как инструмент управления инновациями в компании
9. Формирование нового клиентского опыта с использованием технологий дополненной реальности. На примере использования решений AR трансформация бизнес - моделей.
10. Влияние новых высокотехнологичных бизнес-моделей на традиционные рынки в России
11. Обзор практик использования инновационных технологий компьютерного зрения для борьбы с правонарушениями

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения общеобразовательной программы».

В результате изучения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания

<p>ПКН-7</p> <p>Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования</p>	<p>1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.</p>	<p>Знать: методы анализа и источники внутренней и внешней среды бизнеса; Уметь: Применять на практике определение зон конкурентного преимущества фирмы</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <p>1. Стратегия следования за лидером в инновации.</p> <p>2. Инновации и бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса.</p>
	<p>2.Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.</p>	<p>Знать: методики расчета бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей Уметь: определять и оценивать эффективность планирования и прогнозирования</p>	<p>Практико-ориентированное задание:</p> <p>1.Мини-кейс. Менеджер по персоналу крупной компании разработал предложения по совершенствованию сферы планирования и развития карьеры. Ему поручено проинформировать о новых требованиях представителей 12 филиалов с целью внедрения новых программ планирования карьеры. Задание: 1. Какие коммуникационно-информационные ресурсы необходимо задействовать для наиболее эффективного взаимодействия со структурами компании? 2. В чем преимущества информационных источников, которые Вы предлагаете? 3. Каким образом построить совместную работу для достижения оптимального и быстрого результата по внедрению новой практики?</p> <p>2 Ситуационная задача. Прочитайте ситуацию, в которой следовало бы</p>

			<p>уточнить уместность применение местоимений Ты? или Вы? Данный выбор касается применения норм делового служебного этикета. Выскажите свое отношение к поднятой проблеме.</p> <p>1. Руководитель запрещает персоналу обращаться друг к другу на «вы». Даже к нему самому требует такого же обращения. Это вызывает смущение у работников, так как в организации работают люди разных поколений. А к клиентам очень важно обращаться на «Вы», такое же обращение необходимо применять ко всем внешним представителям. Что можно наблюдать в данной организации?</p> <p>1. Особенности корпоративной этики?</p> <p>2. Специфику стиля управления руководителя?</p> <p>3. Попытку искусственно поддерживать дружественность в отношениях?</p> <p>4. Следование стереотипам в поведении?</p> <p>5. Что то ещё....?</p> <p>Обоснуйте свою позицию и выскажите свое отношение к данной ситуации. Считаете ли Вы допустимой такую ситуацию?</p> <p>3. Ситуационная задача.</p>
--	--	--	--

			<p>Обоснуйте, в каких условиях действия руководителей по отношению к своим работникам/ участникам команды могут считаться как целесообразные?</p> <p>а) регулярно контролировать деятельность работников, но не вмешиваться в их работу; б) контролировать работу подчиненных от случая к случаю; в) осуществлять контроль постоянно и жестко</p>
	<p>3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>	<p>Знать: методики анализа и расчета бизнес-идеи экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана</p> <p>Уметь: определять и оценивать эффективность расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>	<p>Практико-ориентированное задание по мини-кейсу:</p> <p>1. Какие методы позволяют выявлять особенности поведения работников</p> <p>2. Укажите показатели, которые характеризуют эффективность совместной работы</p> <p>3. Какие действия в сфере управления людьми считаются наиболее целесообразными с точки зрения достижения совместных целей и задач?</p>
<p>ПКН-9</p> <p>Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных</p>	<p>1. Использует навыки анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.</p>	<p>Знать: Методы анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.</p> <p>Уметь: Применять на практике методы анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании.</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <p>1. Сила рекомендаций и пользовательских отзывов</p> <p>2. Особенности потребления в Интернете: шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга</p>

изменений и реорганизации бизнес-процессов			Классификация затрат для осуществления процесса контроля и регулирования производственной деятельности центров ответственности.
	2. Использует проектные методы управления при проведении реинжиниринга	<p>Знать: Методику проектных методов управления при проведении реинжиниринга</p> <p>Уметь: применять проектные методы управления при проведении реинжиниринга на основе анализа бизнес-процессов</p>	<p>Практико-ориентированное задание: В начале XXI века в исследованиях потребительского поведения появился новый термин – «моральная экономика». В чем смысл введения такого определения? Какие факторы не экономического порядка определяют поведение потребителей в рамках «моральной экономики»? Приведите примеры этического потребительского поведения. года, списание и продажу нематериального актива, поступление денежных средств и финансовый результат от продажи.</p>
	3. Проводит анализ бизнес-процессов с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений.	<p>Знать: Основы анализа принципов и основ формирования компенсационных систем с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений</p> <p>Уметь: Применять, критически оценивать методики исследования,</p>	<p>Практико-ориентированное задание: Рассчитайте необходимое финансирование для реализации разработанного Вами инновационного проекта. Покажите влияние проекта на эффективность бизнес – модели организации</p>

		связанные с внедрением инноваций и проведением реорганизационных изменений в бизнес-процессах	
--	--	---	--

**Вопросы к экзамену
по дисциплине «Инновации и цифровая трансформация бизнеса»**

3. Инновационные процессы и инновационная деятельность. Уровни управления инновационными процессами.
4. Понятие о национальной инновационной системе, инновационных сетях и кластерах.
5. Циклы инновационного развития.
6. Конкуренция и инновации.
7. Виды и классификация инноваций.
8. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации.
9. Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес-модели.
10. Бизнес-модель по Остельвальтеру: основные блоки.
11. Основные элементы бизнес-модели.
12. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей.
13. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний.
14. Модификации блоков бизнес-модели
15. Потребительская ценность и подходы к ее формированию.
16. Изучение потребительского поведения в целях формирования ценности для потребителя.
17. Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок».
18. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов.
19. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов.
20. Фактор инноваций в стратегиях виолентов. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. 19. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления.

21. Стратегия следования за лидером в инновации.
22. Инновации и бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса.
23. Стратегия «голубого океана». Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации.
24. Преимущества и быстрое распространение мобильного Интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей.
25. Социальная коммерция, «Интернет-вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Bigdata).
26. Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-CollectShopping»
27. Сила рекомендаций и пользовательских отзывов
28. Особенности потребления в Интернете: шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга Классификация затрат для осуществления процесса контроля и регулирования производственной деятельности центров ответственности.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 213 с. – URL: <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/product/1232773>
2. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 311 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/545098>
3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>

Дополнительная

1. Ивашкевич В.Б. Стратегический контроллинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В.Б. Ивашкевич. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=374731>
2. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс]: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424025>

9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

<i>Наименование ресурса</i>	<i>Электронный адрес</i>
ПРАВОВЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ	
Кодекс. Информационно-правовая система	http://www.kodeks.net/
Парк.РУ Справочно-правовая система	http://www.park.ru/
ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА И БАЗЫ ДАННЫХ	
Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации	www.minfin.ru
Официальный сайт Федеральной налоговой службы	www.nalog.ru
Официальный сайт Федеральной службы финансово-бюджетного надзора	www.rosfinnadzor.ru
Официальный сайт Федерального казначейства	www.roskazna.ru
Бухгалтерия.ru Бухучет, налоги, аудит	http://www.buhgalteria.ru/
Бухгалтерский учет и налоги - Портал информационной поддержки бухгалтерского учета в малом бизнесе	http://businessuchet.ru/
Финам.ru	http://www.finam.ru/
Финансовая информационная служба	http://www.leader.ru/banking/

1. Библиотечно-информационный комплекс Финуниверситета (электронная библиотека, ресурсы на русском языке):
http://www.library.fa.ru/res_mainres.asp?cat=rus
2. Библиотечно-информационный комплекс Финуниверситета (электронная библиотека, ресурсы на иностранных языках):
http://www.library.fa.ru/res_mainres.asp?cat=en
3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
<http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
4. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
5. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
6. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
7. «Деловая онлайн библиотека» издательства «Альпина Паблишер»
8. <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
9. Электронно-библиотечная система издательства «Лань»
<https://e.lanbook.com/>
10. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://www.biblio-online.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Государственный контроль и надзор» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и семинарские занятия) и самостоятельной работы. Семинарские занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения практических занятий активно используются методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security;
- 2) Astra Linux Common Edition, Windows;
- 3) LibreOffice, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) СПС Консультант Плюс (соглашение от 17.01.2003 г. № 24 с последующей пролонгацией)
- 2) Информационно-образовательный портал Финуниверситета и др.

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используется.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду Финансового университета.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе

отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security;
- 2) Astra Linux Common Edition, Windows;
- 3) LibreOffice, Microsoft Office.