


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

Уфимский филиал Финуниверситета
Кафедра «Экономика, менеджмент и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Уфимского филиала
 Р.М. Сафуанов
« 01 » сентября 2021 г.

ИННОВАЦИИ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа «Управление бизнесом»
(Менеджмент и управление бизнесом, Управление проектами),
«Финансовый менеджмент» (Финансовый менеджмент)

Рекомендовано Ученым советом филиала
(протокол № 39 от «31» августа 2021г.)

Одобрено кафедрой «Экономика, менеджмент и маркетинг»
(протокол № 1 от «27» августа 2021г.)

Уфа 2021

автор составитель канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика, менеджмент и маркетинг» Шеина А. Ю.

Содержание

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соответствующих с планируемыми результатами обучения по дисциплине	4
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	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	5
5.1 Содержание дисциплины	5
5.2. Учебно-тематический план	5
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	9
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 3).....	9
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	14
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	19
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	19

1. Наименование дисциплины

Инновации и цифровая трансформация бизнеса.

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соответствующих с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды. 2.Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей. 3.Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: формы предпринимательской деятельности. Уметь: выявлять предпринимательские возможности. Знать: этапы формирования бизнес-модели Уметь: трансформировать бизнес идеи в бизнес – план компании. Знать: методики анализа и расчета экономических и финансовых показателей Уметь: формировать бизнес-план
ПKN-9	Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов	1. Использует навыки анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании. 2. Использует проектные методы управления при проведении реинжиниринга 3. Проводит анализ бизнес-процессов с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений.	Знать: инструментарий анализа и реорганизации бизнес-процессов в компании Уметь: анализировать и реорганизовывать бизнес-процессы в компании. Знать: проектные методы управления Уметь: проводить реинжиниринг Знать: анализ бизнес-процессов Уметь: проводить анализ бизнес-процессов с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегический менеджмент» является дисциплиной части формируемой участниками образовательных отношений общефакультетского (предпрофильного) цикла образовательной программы «Управление бизнесом» (Менеджмент и управление бизнесом, Управление проектами), «Финансовый менеджмент» (Финансовый менеджмент) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего (в зачетных единицах и часах)	Семестр 5 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е. и 180	4 з.е. и 180
Контактная работа - Аудиторные занятия	68	68
Лекции	34	34
Семинары, практические занятия	34	34
Самостоятельная работа	112	112
Вид текущего контроля	Проектная работа	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего (в зачетных единицах и часах)	Семестр 5 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е. и 180	4 з.е. и 180
Контактная работа - Аудиторные занятия	48	48
Лекции	14	14
Семинары, практические занятия	34	34
Самостоятельная работа	132	132
Вид текущего контроля	Проектная работа	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и 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, технологий и знаний в развитии компаний. Конкуренция и инновации.

Виды и классификация инноваций. 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 эксплорента 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

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», образовательной программы «Управление бизнесом» (Менеджмент и управление бизнесом, Управление проектами), «Финансовый менеджмент» (Финансовый менеджмент)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоёмкость в часах				Самостоя тельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				
			Общая	Лекции	Практические и семинарские занятия		
1	Тема 1. Поня- тие и концеп- ции инноваций. Классификация инноваций	45/45	17/12	8,5/8,5	8,5/3	28/33	Семинары в диалоговом режиме, груп- повые дискус- сии, подго- товка докла- дов
2	Тема 2. Поня- тие и концеп- ции бизнес-мо- делей. Компо- ненты бизнес - модели	45/45	17/12	8,5/8,5	8,5/3	28/33	Сплошной и выборочный опрос, груп- повые дискус- сии. Решение практико- ориентиро- ванных зада- ний
3	Тема 3. Инно- вации и по- строение биз- нес-моделей	45/45	17/12	8,5/8,5	8,5/3	28/33	Групповые дискуссии, презентация докладов, ре- шение тестов
4	Тема 4. Фор- мирование цен- ности и тран- сформация биз- нес – моделей в усло-виях циф- ровизации эконо- мики	45/45	17/12	8,5/8,5	8,5/3	28/33	Семинар в диалоговой форме, пре- зентация до- кладов. Решение практико-ори- ентированных заданий.
В целом по дисциплине		180	68/48	34/34	34/12	112/132	Проектная работа

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование темы (раздела дисциплины)	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Понятие и концепции инноваций. Классификация инноваций	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. из раздела 8: 1-5. из раздела 9: 1-5.	Семинары в диалоговом режиме, групповые дискуссии, подготовка докладов.
Тема 2. Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес-модели	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. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-5. из раздела 9: 1-5.	Дискуссия. Опрос. Доклады в форме презентации. Решение практико-ориентированных заданий.
Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей	1. Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля 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.	Дискуссия. Доклады в форме презентации. Семинар в диалоговом режиме. Решение тестов.

	<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>из раздела 8: 1-5.</p> <p>из раздела 9: 1-5.</p>	
Тема 4. Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики	<p>1. Преимущества и быстрое распространение мобильного Интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей.</p> <p>2. Социальная коммерция, «Интернет-вещей», 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 и пользовательских отзывов</p> <p>5. шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга</p> <p>Рекомендуемые источники</p> <p>из раздела 8: 1-5.</p> <p>из раздела 9: 1-5.</p>	Дискуссия. Доклады в форме презентации. Семинар в диалоговом режиме. Решение практико-ориентированных заданий.

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 темы (раздела дисциплины)	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Понятие и концепции инноваций. Классификация инноваций	<p>Истоки теории инноваций. Волновая теория инноваций. Вклад В. Кондратьева, Г. Менша, К. Фримена. Концепция «креативного разрушения» Й. Шумпетера.</p> <p>Стратегическая роль инноваций, технологий и знаний в развитии компаний. Конкуренция и инновации.</p> <p>Виды и классификация инноваций. Классификация инноваций по степени существенности, инкрементные (приростные), существенные и радикальные инновации. Прорывные инновации.</p> <p>Классификация инноваций по ее предмету. Технологические и процессные инновации, их примеры.</p>	<p>- работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- информационный поиск в сети Интернет;</p> <p>- подготовка к экзамену</p>

	Понятие об инновации бизнес-модели. Подрывные инновации.	
Тема 2. Понятие и концепции бизнес-моделей. Компоненты бизнес - модели	Чесборо о связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Потребительская ценность и подходы к ее формированию. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - информационный поиск в сети Интернет; - подготовка к экзамену
Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей	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	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - информационный поиск в сети Интернет; - подготовка к экзамену
Тема 4. Формирование ценности и трансформация бизнес – моделей в условиях цифровизации экономики	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, мультимедийность, «Click-and-	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - информационный поиск в сети Интернет; - подготовка к экзамену

	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.	
--	--	--

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

Примерный перечень тем проектных работ:

1. Трансформация бизнес – моделей при внедрения инновационных решений на основе аддитивных технологий
2. Внедрение организационных инноваций в компаниях на основе современных гибких методологий
3. Трансформация бизнес - моделей: цифровая трансформация традиционных секторов экономики
4. Технологии RPA, AI и ML как инструмент бизнес-инноваций и инновационной деятельности в телеком и финансовой сферах
5. Опыт применения технологий IoT и трансформация бизнес - моделей
6. Корпоративный форсайт как инструмент управления инновациями в компании
7. Формирование нового клиентского опыта с использованием технологий дополненной реальности. На примере использования решений AR трансформация бизнес - моделей.
8. Влияние новых высокотехнологичных бизнес-моделей на традиционные рынки в России
9. Обзор практик использования инновационных технологий компьютерного зрения для борьбы с правонарушениями

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

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины с указанием индикаторов дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соответствующих с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПKN-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>Задание 1</p> <p>Проанализируйте бизнес – модель любой известной Вам компании. Предложите механизм увеличения дохода компании за счет выхода на новый рынок. Как трансформируется бизнес модель компании.</p> <p>Задание 2</p> <p>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?</p> <p>Задание 3</p> <p>1. Что понимается под бизнес-моделью?</p> <p>а) практическое использование новшества с момента технологического освоения производства и масштабного распространения в качестве новых продуктов и услуг;</p> <p>б) освоение производства и масштабного распространения продуктов и услуг;</p> <p>в) распространение продуктов на новые рынки сбыта;</p> <p>г) формирование и доставка ценности до потребителя.</p>
ПKN-9	Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов	<p>1. Использует навыки анализа и организации бизнес-процессов в компании.</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>Задание 1</p> <p>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 IT-технологий.</p> <p>Задание 2</p> <p>Разработайте дорожную карту трансформации бизнес – модели известной Вам организации с учетом удовлетворения требований клиентов на рынке.</p> <p>Задание 3</p> <p>В начале XXI века в странах Западной Европы и затем в России возник ряд потребительских практик, противореча-</p>

			<p>щих идеологии потребительского общества.</p> <p>а) На чем основаны эти практики?</p> <p>б) Назовите и дайте краткую характеристику.</p>
--	--	--	--

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену:

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

18. 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.
20. Стратегия следования за лидером в инновации.
21. Инновации и бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса.
22. Стратегия «голубого океана». Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации.
23. Преимущества и быстрое распространение мобильного Интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей.
24. Социальная коммерция, «Интернет-вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Bigdata).
25. Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-CollectShopping»
26. Сила рекомендаций и пользовательских отзывов
27. Особенности потребления в Интернете: шоппинг как игра, шоппинг как событие, оптимизация шоппинга

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

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.10.2021).

Рекомендуемая литература:

Основная

3. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 377 с. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/432014>

4. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 304 с. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/438662>

Дополнительная

5. Тебекин, А. В. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 481 с. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/448053>

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

1. Официальный сайт компании «Консультант Плюс» – www.consultant.ru
2. Официальный сайт компании «НПП Гарант-Сервис» – www.garant.ru
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
4. Официальный сайт Финансового университета при Правительстве Российской Федерации <http://www.fa.ru>.
5. Электронно-библиотечные системы <https://org.fa.ru/app/ebs/list>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на ИОП, информационный стенд кафедры/филиала, др.)
Методические указания к лекциям	2021	https://org.fa.ru/app/umm/tree
Методические указания к практическим занятиям	2021	https://org.fa.ru/app/umm/tree
Методические указания к самостоятельной работе	2021	https://org.fa.ru/app/umm/tree

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:

Продукты компании Microsoft, включая ОС Windows и Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система Консультант Бюджетные организации: версия Проф.

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации – не используются.

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

Учебная аудитория для проведения всех видов учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.