

## **РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН**

### **Дисциплина 1. Цифровая экономика: сущность и факторы развития, национальная программа.**

Определения цифровой экономики, цифровой трансформации на макро и микроэкономическом уровне, основные цифровые бизнес-модели, факторы развития цифровой экономики. Цели цифровой трансформации бизнеса. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Нормативное регулирование цифровой среды.

### **Дисциплина 2. Цифровые технологии - основа трансформации экономики.**

Искусственный интеллект и машинное обучение. Задачи машинного обучения. Процесс машинного обучения. Направления развития искусственного интеллекта. Сферы применения искусственного интеллекта. Нейросети. Блокчейн – технология хранения данных. Смарт-контракты. Алгоритм работы системы блокчейн.

Интернет вещей. IP-телефония. Программные роботы и виртуальная реальность.

### **Дисциплина 3. Отраслевая специфика цифровой трансформации**

Отраслевая специфика цифровой трансформации в промышленности, топливно-энергетическом комплексе, сельском хозяйстве, строительстве, здравоохранении.

Основные факторы дифференциации темпов и моделей цифровой трансформации отраслей экономики: повестки развития, имеющиеся проблемы и задачи как фактор экономики; бизнес-модели и место в цепочке создания ценностей; технологический уровень и цифровая зрелость; готовность организации к изменениям; особенности формирования и использования данных; структура отрасли и экономическая ситуация; развитие регулирования цифровой трансформации отраслей экономики.

### **Практические занятия по дисциплине 3 – 4 ак. часа**

1. Определить основные драйверы эффективности цифровой

трансформации и показатели, характеризующие деятельность любой организации.

2. Определить возможности применения цифровых технологий на различных этапах жизненного цикла продукта по экономическим процессам.

3. Выявить эффекты от цифровизации экономических процессов.

#### **Дисциплина 4. Цифровые трансформации на транспорте**

Направления цифровизации транспортного комплекса. Технологические тренды цифровизации в транспортной отрасли. Цифровизация транспортных средств. Создание и развитие интегрированных транспортных сервисов. Цифровизация транспортной инфраструктуры. Оценка уровня цифровой зрелости секторов транспортной отрасли.

#### **Дисциплина 5. Цифровые технологии в финансовой сфере**

Понятие и сущность цифровых финансовых активов. Правое регулирование в РФ и ЕС. Электронные денежные средства, электронный кошелёк. Электронные деньги на базе смарт-карт и сетей. Фиатные и нефитные платёжные системы.

Криптовалюта: особенности, достоинства и недостатки. Виды криптовалют. Правовые основы регулирования. Капитализация и волатильность криптовалют. Основные тенденции развития рынка криптовалюты.

Основные виды цифровых финансовых инструментов. Особенности выпуска (эмиссии) и обращения цифровых финансовых инструментов.

#### **Практические занятия по дисциплине 5 – 4 ак. часа**

1. Определить особенности выпуска и обращения цифровых финансовых инструментов, принципы и практики пирингового финансирования, краудфандинг, цифровые финансовые инструменты P2P платформ.

## **Дисциплина 6. Платформенная экономика: сущность, модели, мировые тенденции развития**

Исторические предпосылки возникновения платформенной экономики, сущность и виды платформ, sharing-подход в цифровой экономике. Мировое лидерство вследствие промышленной революции. Факторы, повлиявшие на мировую цифровую экономику. Появление цифровых платформ на рынке. Понятие экосистемы. Примеры платформ и экосистемы. Понятие шеринга, sharing-системы и sharing-экономики. Сильные и слабые стороны коллективного потребления. Объем экономики совместного производства в России.

Положительные и отрицательные стороны платформенной экономики, будущее платформенной экономики. Экономические и социальные выгоды от цифровизации экономики. Эффекты от цифровой трансформации. Основные тенденции в развитии платформенной экономики. Показатель благоприятных условий ведения цифрового бизнеса в стране. Влияние цифровизации и эффекты цифровой трансформации социально-экономических систем. Источники прироста ВВП за счет цифровизации.

## **Дисциплина 7. Трансформация социально-экономических процессов и формирование цифровой культуры**

Этика цифровой экономики. Основы этики цифровой экономики. Этические проблемы сбора, аналитики данных и реализации цифровых технологий на основе ВД. Информационная безопасность. Правовое регулирование использования личных данных.

Социальная дилемма. Этические проблемы искусственного интеллекта. Сущность социальной дилеммы современного общества в контексте цифровизации процессов бизнеса, социальных коммуникаций, масс медиа и основы формирования цифровой культуры. Алгоритмы психологического влияния. Социальная ответственность бизнеса: подходы к решению проблем контроля и безопасности применения ИИ и поведенческих алгоритмов в

цифровой среде социальных коммуникаций и масс медиа.

## **Дисциплина 8. Трансформация потребительского поведения и основных инструментов маркетинга в цифровой экономике.**

Потребительское поведение в цифровой экономике. Эволюция поведения агентов в цифровой среде. Потребитель как движущий фактор развития рынка. Характеристика аудитории цифрового рынка. Тренды, формирующие потребительское поведение.

Факторы и модели поведения цифрового потребителя. Поведение, местоположение, личные интересы, этап жизни, настрой и доход как факторы классификации потребителей. Модели потребительского поведения: электронная модель потребительского выбора (eCDP), модель ЕКВ. Эмоциональные аспекты потребительского поведения, потребительский опыт. Иррациональное поведение цифрового потребителя: социальный, экономический и психологический фактор. Эффекты поведения потребителя цифровой среде: эффекты предшествующего знакомства, вклада, ореола, обрамления, наглядности, информационного каскада. Понятие потребительского опыта.

Инструменты маркетинга в цифровой экономике. Современное развитие концепции маркетинга. Понятие о цифровом маркетинге и его особенности. Интернет-маркетинг. Различия и сферы применения цифрового и интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Инструменты цифрового маркетинга. Оффлайн-инструменты.

### **Практические занятия по дисциплине 8 – 4 ак. часа**

1. Выбрать инструменты оценки потребительского опыта сообразно маркетинговым целям предприятия.
2. Проанализировать маркетинговую стратегию фирмы.
3. Соотнести инструментарий и результаты цифрового маркетинга.