

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра управления

Бизнес на маркетплейсах

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

38.03.02 «Менеджмент»

Код и наименование направления подготовки/специальности
Управление компанией

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Ивент менеджмент
Рабочая программа дисциплины
Составитель:
Канд. ист. наук, К.А.Чистякова

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 07 от 30.03.2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | | |
|---|----|----|
| <u>1.</u> | 3 | |
| <u>1.1.</u> | 4 | |
| <u>1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u> | | 4 |
| <u>1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы</u> | | 4 |
| <u>2.</u> | 5 | |
| <u>3.</u> | 6 | |
| <u>4.</u> | 8 | |
| <u>5.</u> | 8 | |
| <u>5.1</u> | 8 | |
| <u>5.2</u> | 8 | |
| <u>5.3</u> | 9 | |
| <u>6.</u> | 11 | |
| <u>6.1</u> | 11 | |
| <u>6.2</u> | 12 | |
| <u>7.</u> | 13 | |
| <u>8.</u> | 13 | |
| <u>9.</u> | 14 | |
| <u>9.1</u> | 14 | |
| <u>9.2</u> | 17 | |
| <u>9.3</u> | 19 | |
| <u>Приложение 1. Аннотация дисциплины</u> | | 13 |

1. Пояснительная записка

Дисциплина «Бизнес на маркетплейсах.» входит в состав дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) направленность: Управление компанией

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями и умениями, способного применять компетенции в сфере ведения бизнеса на маркетплейсах.

Задачи дисциплины:

- формирование умения обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке, составлять систему показателей эффективности продвижения;
- изучение основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- выработка практических навыков интерпретации показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт, составления алгоритмов улучшения качественных показателей трафика.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|--|--|--|
| ПК-2. Способен реализовывать управленческие функции на уровне компании (организации)/ структурного подразделения/ проектной группы | ПК-2.3. Участвует в организации эффективной коммуникации и работе коллектива | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологию организации эффективной коммуникации и работы коллектива <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать эффективные коммуникации и работу коллектива; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации эффективной коммуникации и работы коллектива; |
| ПК-3. Способен осуществлять экономико-управленческий анализ деятельности компании | ПК-3.2. Рассчитывает и анализирует экономические и управленческие показатели деятельности компании | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологию составления системы показателей эффективности продвижения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. <p>Владеть:</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | - инструментами регулирования экономических технологий составления системы показателей эффективности продвижения. |
| ПК-4. Способен осуществлять разработку и совершенствование бизнес-процессов и регламентов компании | ПК-4.2 Осуществляет проектирование, внедрение и реорганизацию бизнес-процессов в компании, в том числе с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий | Знать: - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Уметь: - обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффект интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на вебсайтовности работы организации на рынке. Владеть: - инструментами составления алгоритма улучшения качественных показателей трафика |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес на маркетплейсах.» входит в состав дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) направленность: Управление компанией

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Цифровые трансформации и применение искусственного интеллекта в бизнесе и управлении, Управление коммерческой деятельностью, Технологическая практика

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Управление бизнес-процессами в компании, Управление изменениями, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
|---------|---------------------|------------------|

| | | |
|--------|------------------------------|----|
| 7 | Лекции | 20 |
| 5 | Семинары/лабораторные работы | 22 |
| Всего: | | 42 |

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|--|--|
| 1 | Теоретические аспекты развития цифрового бизнеса | Цифровой бизнес. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли. Классификация электронных транзакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли. |
| 2 | Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. | Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торговотехнологического процесса в цифровой торговле. Классификация моделей цифровой торговли. Развитие розничной цифровой торговли в России. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития. Понятие маркетплейса. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли. Понятие прайс-менеджмента. Экономика и психология цены. Направления оптимизации цен. Наполнение сайта релевантными материалами. Составление контент-плана и графика публикаций. Процесс обработки поступивших заказов. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание. |
| 3 | Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент. | Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>перемещения товаров. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли. Фулфилмент, дропшипинг, кросс -докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы. Схема работы фулфилмент -компании. Использование технологии дропшипинга предприятиями цифровой торговли. Управление складскими запасами. Управление современным дарк -стором: от процессов к продуктовому решению. Построение логистических цепочек при доставке «день - в - день».</p> |
| 4 | Эффективность в цифровом бизнесе | <p>Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле. Технологическая эффективность цифровой торговли.</p> |
| 5 | Интернет -технологии продвижения товаров и услуг в цифровом бизнесе | <p>Понятие интернет -маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле. Реклама в цифровой торговле. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли. Настройка контекстной рекламы. SMM - маркетинг. Омниканальный маркетинг. Поисковая оптимизация (SEO). Юзабилити. Вебаналитика. Методы и показатели оценки.</p> |
| 6 | Нормативно -правовое регулирование цифрового бизнеса | <p>Основы правового регулирования цифровой торговли. Основы правового регулирования дистанционной торговли. Специфика налогообложения в цифровой торговле. Нормативно - правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике. Криптовалюта как объект гражданского права. Организация защиты прав потребителей. Права и обязанности участников цифровой торговли. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.</p> |
| 7 | Безопасность в цифровой торговле | <p>Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей</p> |

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например:

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| - опрос, тестирование | 5 баллов | 30 баллов |
| - участие в дискуссии на семинаре | 5 баллов | 10 баллов |
| - обсуждение практических ситуаций | 10 баллов | 20 баллов |
| Промежуточная аттестация – зачет | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|---------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | | не зачтено |
| 0 – 19 | | F | |

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|----------------------|--|
| 100-83/ A,B | отлично/ зачтено | Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|---|---|
| | | Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий». |
| 82-68/ С | хорошо/ зачтено | Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший». |
| 67-50/ D,E | удовлетво- рительно/ зачтено | Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный». |
| 49-0/ F,FX | неудовлет- ворительно/ не зачтено | Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы. |

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные вопросы по дисциплине:

1. Понятие цифрового бизнеса
2. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России.
3. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли.
4. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли.
5. Классификация электронных транзакций.
6. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли
7. Модель B2C в цифровой торговле.
8. Модели B2B в цифровой торговле.
9. Модели G2B, G2C, G2G в цифровой торговле.
10. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле.
11. Классификация моделей цифровой торговли.
12. Развитие розничной цифровой торговли в России.

13. Характеристика и сущность модели В2В в цифровой торговле.
14. Задачи применения модели В2В в цифровой торговле.
15. Управление процессом в цепочках поставки модели В2В в цифровой торговле.
16. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике.
17. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития.
18. Понятие маркетплейса.
19. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга.
20. 9. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли.
21. Понятие прайс-менеджмента.
22. Экономика и психология цены.
23. Направления оптимизации цен.
24. Наполнение сайта релевантными материалами.
25. Составление контент-плана и графика публикаций.
26. Процесс обработки поступивших заказов.
27. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы.
28. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.
29. Организация оплаты товаров в цифровой торговле.
30. Организация доставки товаров в цифровой торговле.
31. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса.
32. Основные технологические схемы перемещения товаров.
33. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли.
34. Фулфилмент, дропшипинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы.
35. Схема работы фулфилмент-компаний.
36. Использование технологии дропшипинга предприятиями цифровой торговли.
37. Управление складскими запасами.
38. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению.
39. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».
40. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.
41. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле.
42. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли.
43. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле.
44. Технологическая эффективность цифровой торговли.
45. Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы.
46. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле.
47. Реклама в цифровой торговле.
48. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей.
48. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли.
49. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг.
50. Омниканальный маркетинг.
51. Поисковая оптимизация (SEO).
52. Юзабилити.
53. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки.
54. Основы правового регулирования цифровой торговли.
55. Основы правового регулирования дистанционной торговли.
56. Специфика налогообложения в цифровой торговле.
57. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне.
58. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли.

59. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике.
60. Криптовалюта как объект гражданского права.
61. Организация защиты прав потребителей.
62. Права и обязанности участников цифровой торговли.
63. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.
64. Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле.
65. Риски в цифровой торговле.
66. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения.
67. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли.
68. Способы защиты информации.
69. Международные требования к защите информационных сетей

Типовые задания для операционной игры:

Операционная игра по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы»

1. Тема (проблема) «Использование и анализ торговых Интернет-систем»
2. Концепция игры Занятие проводится в компьютерном классе. Студенты делятся на малые группы по 2-3 человека. Каждая группа должна выбрать одно из направлений торговой деятельности и самостоятельно найти в сети интернет торговую систему, осуществляющую этот вид деятельности (продающую указанные товары или оказывающую данные услуги). Группы должны симитировать действия посетителя при совершении покупки в интернет-магазине и по результатам своих действий подготовить отчет-презентацию. В конце занятия каждая группа представляет свой отчет и делится выводами о процедуре совершения покупки. Подводится итог занятия путем составления общей таблицы оценки интернет магазинов по указанным в задании критериям. Студентам предлагается в процессе дискуссии: - расположить критерии оценки магазинов по убыванию их важности для покупателя; - расположить электронные магазины по степени удовлетворения критериям. По результатам составления итоговой таблицы выбирается «лучший» и «худший» магазин. Зачет выставляется участникам игры, которые подробно проанализировали процесс совершения покупки в магазине и представили полный, качественно оформленный отчетпрезентацию. Дополнительными баллами поощряется оригинальность презентации, активное участие в процессе составления итоговой таблицы.
3. Роли: - покупатель;
4. Ожидаемые результаты Студенты должны научиться совершать покупки в торговых системах, уметь анализировать достоинства и недостатки в построении торговых Интернет-систем.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

1. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 02.07.2021) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/.
2. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об электронной подписи» (с изм. и доп.) – <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=191956-0&req=doc&rnd=YXZtMw&base=LAW&n=363995#Vz6lGwSKM6Wmz89A>
3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=201168-17&req=doc&rnd=YXZtMw&base=LAW&n=406140#eHDgGwSGwbmF6Ib61>

Литература

Основная литература:

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Дополнительная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5- 534-11785-1. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/elektronnaya-kommerciya-446579>. <https://biblioonline.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-446579#page/1>
2. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 213 с. - ISBN 978-5-394-04192-1. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371213>.
3. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294. - ISBN 978-5-16-013859-6.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=367921>

При разработке списка источников и литературы необходимо учитывать требования образовательных стандартов по книгообеспеченности.

«При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль) проходящих соответствующую практику».

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

● для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

● для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

● для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Теоретические аспекты развития цифрового бизнеса

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровой бизнес. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли.
2. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли.
3. Классификация электронных транзакций.
4. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли.

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема. Бизнес-модели в цифровой торговле. МаркетплейсВопросы для обсуждения:

1. Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле.
2. Специфика торговотехнологического процесса в цифровой торговле.
3. Классификация моделей цифровой торговли. Развитие розничной цифровой торговли в России. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития. Понятие маркетплейса.

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема. Инфраструктура в цифровой торговле. ФулфилментВопросы для обсуждения:

1. Организация оплаты товаров в цифровой торговле.
2. Организация доставки товаров в цифровой торговле.
3. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы перемещения товаров.

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема. Эффективность в цифровом бизнесеВопросы для обсуждения:

1. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.
2. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле.

3. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле.
4. Технологическая эффективность цифровой торговли.

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема Интернет -технологии продвижения товаров и услуг в цифровом бизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие интернет -маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле.
2. Реклама в цифровой торговле.
3. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема. Нормативно -правовое регулирование цифрового бизнеса

Вопросы для обсуждения:

1. Основы правового регулирования цифровой торговли.
2. Основы правового регулирования дистанционной торговли.
3. Специфика налогообложения в цифровой торговле

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В.

Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Тема . Безопасность в цифровой торговле

Вопросы для обсуждения:

1. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли.
2. Способы защиты информации.
3. Международные требования к защите информационных сетей

Литература

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.
2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

9.2 Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Бизнес на маркетплейсах» реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга.

Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего теоретическими и практическими знаниями и умениями, способного применять компетенции в сфере ведения бизнеса на маркетплейсах.

Задачи дисциплины:

- формирование умения обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке, составлять систему показателей эффективности продвижения;
- изучение основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- выработка практических навыков интерпретации показателя количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт, составления алгоритмов улучшения качественных показателей трафика.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен реализовывать управленческие функции на уровне компании (организации)/ структурного подразделения/ проектной группы

ПК-3. Способен осуществлять экономико-управленческий анализ деятельности компании

ПК-4. Способен осуществлять разработку и совершенствование бизнес-процессов и регламентов компании

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- технологию организации эффективной коммуникации и работы коллектива
- технологию составления системы показателей эффективности продвижения
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов

Уметь:

- организовывать эффективные коммуникации и работу коллектива
- обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке.
- обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффект интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на вебсайтивности работы организации на рынке.

Владеть: -

- навыками организации эффективной коммуникации и работы коллектива;
- инструментами регулирования экономических технологий составления системы показателей эффективности продвижения
- инструментами составления алгоритма улучшения качественных показателей трафика

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

