

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра национальной и мировой экономики

ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ И ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

38.04.01 Экономика

Код и наименование направления подготовки/специальности

Международная торговля и управление внешнеэкономической
деятельностью

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ И ТЕХНОЛОГИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

доцент, канд. экон. наук, доцент кафедры национальной и мировой экономики Ерохин
С.Г.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания

кафедры национальной и мировой экономики

от 16.11.2024 № 4

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения	7
5.1. Система оценивания	7
5.2. Критерии выставления оценок	7
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
6.1. Список источников и литературы	10
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	11
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	11
9. Методические материалы	12
9.1. Планы практических (семинарских) занятий.	12
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	15
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	17

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование знаний о цифровых сервисах, платформах и ключевых технологиях в международной торговле, в том числе RFID, AR, VR.

Задачи:

- рассмотреть особенности процесса цифровизации в международной торговле;
- рассмотреть потенциал применимости ряда технологий в международной торговле;
- изучить особенности использования различных платежных систем и Интернет-банкинга;
- рассмотреть особенности интернет-маркетинга в цифровой торговле.

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

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 Способен организовать работу по международной торговле и управлению внешнеэкономической деятельностью	ПК-1.4 Использует информационные системы и базы данных по международной торговле и внешнеэкономической деятельности	Знать: - сущность и принципы выработки стратегии действий, касающихся экономического развития фирмы, отрасли, хозяйства в целом. Уметь: - высказывать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся социально-экономического развития отдельной фирмы, отрасли, а также экономической системы в целом Владеть: - навыками выбора варианта действий в зависимости от ситуации в целях экономического развития фирмы, отрасли, экономики в целом.

1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Цифровые сервисы и технологии в международной торговле» относится к части блока дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Международные статистические базы данных. Продвинутый уровень».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Международные платежные системы», «Моделирование бизнес-процессов в международной торговле» и «Инвестиционное проектирование в международных компаниях».

2. Структура дисциплины

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

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объём 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
2	Лекции	12
2	Семинары	12
Всего:		24

Объём дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа, контроль.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Цифровизация мировой экономики и торговли

Мировые цифровые тренды. Понятие цифровых технологий и цифровой экономики. Предпосылки и последствия прямой и опосредованной цифровизации общественных отношений. Становление цифровой экономики: цифровые "волны". Информационный продукт как результат цифровой экономики. Материальное производство и цифровая экономика. Структура и тенденции развития рынка цифровых технологий. Институциональная структура цифровой экономики. Субъекты, объекты и институты цифровой экономики как системы. Цифровая экономика и развитие торговли.

Тема 2. Платформы и платформенные решения в мировой торговле.

Платформенные цифровые решения. Платформенные технологии в развитии цифровой экономики. Признаки и преимущества платформ. Структура и участники платформ. Проблемы функционирования и факторы развития платформ. Эффекты платформ для мировой торговли. Платформы как бизнес-инструменты. Платформы для платформ. Роль цифровых платформ в мировой торговле: Alibaba Group, Google, Amazon, Facebook и другие. Сущность UBERизации и платформизации. Трансформация отраслей. Электронное правительство и электронные государственные услуги.

Тема 3. Технологии RFID, AR, VR, и их роль в цифровой торговле.

Общие сведения о радиочастотной идентификации RFID. Типичные RFID-приложения и выгоды от их использования. Компоненты RFID-систем: метки RFID, считывающие устройства RFID, антенна, хост-компьютер, программные компоненты. Международная организация по стандартизации и стандарты RFID. Области применения RFID-технологий.

Технология «Виртуальная и дополненная реальность». Базовые понятия и определения технологий виртуальной и расширенной реальности. Разница между AR, Virtual Reality (VR) и Mixed Reality. Функциональные возможности современных приложений и сред с иммерсивным контентом. Сферы применения и использования технологий виртуальной и расширенной реальности. Идея и сценарий для приложений разного уровня погружения в виртуальное пространство.

Тема 4. Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга.

Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной

платежной системы в долгосрочной перспективе. Закон о национальной платежной системе.

Тема 5. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, электронные платежные системы в Интернете и Интернет-банкинг.

Инфраструктура традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт и функции участников. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг. Транзакция и процедура авторизации. Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке. Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег. Действующие системы электронных денег и платежные технологии. Обменные сервисы электронных денег. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей. Сущность понятия Интернет-банкинг. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Интернет-банкинга на региональном рынке. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.

Тема 6. Технологии информационного продвижения в Интернет в контексте цифровой торговли.

Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ. Основные принципы контекстной рекламы и форматы. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования. Модели оплаты интернет-рекламы и модели ценообразования. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI). Сущность кликфрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

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

Форма контроля (очная форма)	Максимальное количество баллов	
	За одну работу	Всего
1. Участие в дискуссии по теоретическим вопросам на семинарских занятиях	3 балл	18 баллов
2. Опрос	4 балл	20 баллов
3. Исследовательский проект	22 балла	22 балла
4. Промежуточная аттестация (зачет)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (EuropeanCreditTransferSystem; 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			D
50-55			E
20-49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0-19			

5.2 Критерии выставления оценок

Баллы/шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «достаточный».</p>
49-0/	«неудовлетво	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне

F, FX	нительно»/ не зачтено	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 выставляется 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

Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости

Темы исследовательских проектов

1. Динамика развития мировой цифровой торговли в 21 веке.
2. Особенности цифровой торговли в развитых странах (одна на выбор).
3. Особенности цифровой торговли в развивающихся странах (одна на выбор).
4. Роль ведущих платежных систем в организации платежей в международной торговле.
5. Особенности становления платформ в трансграничной торговле: опыт Alibaba
6. Особенности становления платформ в трансграничной торговле: опыт Amazon
7. Особенности становления платформ в трансграничной торговле: опыт Ebay
8. Феномен UBER-изации: сущность и особенности.
9. Интернет-банкинг: интеграция банков и торговых площадок
10. Эффективность современной интернет-рекламы для продвижения торговли.

Вопросы для устного опроса (дискуссии)

1. Мировые цифровые тренды.
2. Понятие цифровых технологий и цифровой экономики.
3. Предпосылки и последствия прямой и опосредованной цифровизации общественных отношений.
4. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".
5. Платформенные цифровые решения.
6. Платформенные технологии в развитии цифровой экономики.
7. Признаки и преимущества платформ.
8. Общие сведения о радиочастотной идентификации RFID.
9. Компоненты RFID-систем: метки RFID, считывающие устройства RFID, антенна, хост-компьютер, программные компоненты.
10. Международная организация по стандартизации и стандарты RFID. Области применения RFID технологий.
11. Технология «Виртуальная и дополненная реальность».
12. Базовые понятия и определения технологий виртуальной и расширенной реальности. Разница между AR, Virtual Reality (VR) и Mixed Reality.
13. Функциональные возможности современных приложений и сред с иммерсивным контентом.
14. Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика.
15. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения.
16. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов.

17. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе.
18. Закон о национальной платежной системе.
19. платежных карт и функции участников.
20. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг.
21. Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег.
22. Действующие системы электронных денег и платежные технологии. Обменные сервисы электронных денег.
23. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей.
24. Сущность понятия Интернет-банкинг.
25. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Интернет-банкинга на региональном рынке.
26. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.
27. Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO.
28. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ.
29. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
30. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
31. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
32. Модели оплаты интернет-рекламы и модели ценообразования.
33. Субъекты, объекты и институты цифровой экономики как системы.
34. Цифровая экономика и развитие торговли рост.
35. Роль цифровых платформ в мировой торговле: Alibaba Group, Google, Amazon, Facebook и другие.
36. Сущность UBERизации и платформизации.
37. Идея и сценарий для приложений разного уровня погружения в виртуальное пространство в контексте цифровой торговли.
38. Типичные RFID-приложения и выгоды от их использования.
39. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI).
40. Сущность кликфрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации

1. Мировые цифровые тренды.
2. Понятие цифровых технологий и цифровой экономики.
3. Предпосылки и последствия прямой и опосредованной цифровизации общественных отношений.
4. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".
5. Информационный продукт как результат цифровой экономики.
6. Материальное производство и цифровая экономика.
7. Платформенные цифровые решения.
8. Платформенные технологии в развитии цифровой экономики.
9. Признаки и преимущества платформ.
10. Структура и участники платформ.

11. Проблемы функционирования и факторы развития платформ.
12. Эффекты платформ для мировой торговли. Платформы как бизнес-инструменты.
13. Общие сведения о радиочастотной идентификации RFID.
14. Компоненты RFID-систем: метки RFID, считывающие устройства RFID, антенна, хост-компьютер, программные компоненты.
15. Международная организация по стандартизации и стандарты RFID. Области применения RFID-технологий.
16. Технология «Виртуальная и дополненная реальность».
17. Базовые понятия и определения технологий виртуальной и расширенной реальности. Разница между AR, Virtual Reality (VR) и Mixed Reality.
18. Функциональные возможности современных приложений и сред с иммерсивным контентом.
19. Сферы применения и использования технологий виртуальной и расширенной реальности.
20. Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика.
21. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения.
22. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов.
23. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе.
24. Закон о национальной платежной системе.
25. платежных карт и функции участников.
26. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг.
27. Транзакция и процедура авторизации.
28. Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке.
29. Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег.
30. Действующие системы электронных денег и платежные технологии. Обменные сервисы электронных денег.
31. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей.
32. Сущность понятия Интернет-банкинг.
33. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Интернет-банкинга на региональном рынке.
34. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.
35. Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO.
36. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ.
37. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
38. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
39. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
40. Модели оплаты интернет-рекламы и модели ценообразования.
41. Субъекты, объекты и институты цифровой экономики как системы.
42. Цифровая экономика и развитие торговли рост.
43. Роль цифровых платформ в мировой торговле: Alibaba Group, Google, Amazon, Facebook и другие.

44. Сущность UBERизации и платформизации.
45. Идея и сценарий для приложений разного уровня погружения в виртуальное пространство в контексте цифровой торговли.
46. Типичные RFID-приложения и выгоды от их использования.
47. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI).
48. Сущность кликфрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Цифровая экономика: учебник для вузов. / Л.И. Сергеев [и др.]; под редакцией Л.И. Сергеев. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 322 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/4777012>
2. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-018513-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2001678> (дата обращения: 27.01.2025). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04988-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2086375> (дата обращения: 27.01.2025).

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

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
3. Kaspersky Endpoint Security

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 EmBrailleViewPlus;
- 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 практических (семинарских) занятий

Семинарское занятие по теме 1. Цифровизация мировой экономики и торговли

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Мировые цифровые тренды.
2. Понятие цифровых технологий и цифровой экономики.
3. Предпосылки и последствия прямой и опосредованной цифровизации общественных отношений.
4. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".
5. Информационный продукт как результат цифровой экономики.
6. Материальное производство и цифровая экономика.
7. Субъекты, объекты и институты цифровой экономики как системы.
8. Цифровая экономика и развитие торговли рост.

Семинарское занятие по теме 2. Платформы и платформенные решения в мировой торговле.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Платформенные цифровые решения.
2. Платформенные технологии в развитии цифровой экономики.
3. Признаки и преимущества платформ.
4. Структура и участники платформ.
5. Проблемы функционирования и факторы развития платформ.
6. Эффекты платформ для мировой торговли. Платформы как бизнес-инструменты.
7. Роль цифровых платформ в мировой торговле: Alibaba Group, Google, Amazon, Facebook и другие.
8. Сущность UBERизации и платформизации.

Семинарское занятие по теме 3. Технологии RFID, AR, VR, и их роль в цифровой торговле.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Общие сведения о радиочастотной идентификации RFID.
2. Компоненты RFID-систем: метки RFID, считывающие устройства RFID, антенна, хост-компьютер, программные компоненты.
3. Международная организация по стандартизации и стандарты RFID. Области применения RFID-технологий.
4. Технология «Виртуальная и дополненная реальность».
5. Базовые понятия и определения технологий виртуальной и расширенной реальности. Разница между AR, Virtual Reality (VR) и Mixed Reality.
6. Функциональные возможности современных приложений и сред с иммерсивным контентом.
7. Сферы применения и использования технологий виртуальной и расширенной реальности.
8. Идея и сценарий для приложений разного уровня погружения в виртуальное пространство в контексте цифровой торговли.
9. Типичные RFID-приложения и выгоды от их использования.

Семинарское занятие по теме 4. Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика.
2. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения.
3. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов.
4. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе.
5. Закон о национальной платежной системе.

Семинарское занятие по теме 5. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, электронные платежные системы в Интернете и Интернет-банкинг.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Инфраструктура традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт и функции участников.
2. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг.
3. Транзакция и процедура авторизации.
4. Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке.
5. Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег.
6. Действующие системы электронных денег и платежные технологии. Обменные сервисы электронных денег.
7. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей.
8. Сущность понятия Интернет-банкинг.
9. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Интернет-банкинга на региональном рынке.

10. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.

Семинарское занятие по теме 6. Технологии информационного продвижения в Интернет в контексте цифровой торговли.

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO.
2. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ.
3. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
4. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
5. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
6. Модели оплаты интернет-рекламы и модели ценообразования.
7. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI).
8. Сущность клиффрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Рекомендации по организации и проведению исследовательских проектов

Исследовательский проект должен содержать совокупность научных положений, выдвигаемых автором для защиты. Он свидетельствует о способности магистранта вести научную работу.

Последовательность действий в ходе исследования:

- определение проблемы и вытекающих из нее задач исследования;
- выдвижение гипотезы;
- выбор и описание методов исследования;
- выбор способов оформления конечных результатов (презентаций, защиты, творческих отчетов и пр.);
- проведение наблюдений и экспериментов;
- сбор, систематизация и анализ полученных данных;
- подведение итогов, оформление результатов, их презентация;
- выводы, выдвижение новых проблем исследования.

Структура исследовательского проекта:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список литературы.

В оглавлении приводятся названия глав и параграфов с указанием страниц, с которых они начинаются.

Во введении фиксируется проблема, актуальность, практическая значимость исследования; определяются объект и предмет исследования; указываются цель и задачи исследования; кратко перечисляются методы работы.

Основная часть посвящена раскрытию содержания работы. Первая глава основной части работы посвящена анализу научной литературы. При ее написании необходимо учитывать, что основные подходы к изучаемой проблеме, изложенные в литературе, должны быть критически проанализированы, сопоставлены и сделаны соответствующие обобщения и выводы. Во второй главе:

- дается обоснование выбора тех или иных методов исследования (анализа, наблюдения, статистических, эконометрических и т.п.);

- приводятся результаты исследования с интерпретацией полученных результатов;

- делаются выводы. Выводы должны соответствовать поставленным задачам, являться следствием исследования, не требовать дополнительных измерений, не иметь большого количества цифрового материала, не должны содержать общеизвестных истин.

Заключение содержит перечень наиболее интересных и важных выводов, вытекающих из результатов и общего содержания работы.

Методические рекомендации по составлению презентаций

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;
- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.

• Правила выбора цветовой гаммы.

• Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.

• Существуют не сочетаемые комбинации цветов.

• Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.

• Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызвала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования

фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование знаний о цифровых сервисах, платформах и ключевых технологиях в международной торговле, в том числе RFID, AR, VR.

Задачи:

- рассмотреть особенности процесса цифровизации в международной торговле;
- рассмотреть потенциал применимости ряда технологий в международной торговле;
- изучить особенности использования различных платежных систем и Интернет-банкинга;
- рассмотреть особенности интернет-маркетинга в цифровой торговле.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность и принципы выработки стратегии действий, касающихся экономического развития фирмы, отрасли, хозяйства в целом.

Уметь:

- высказывать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся социально-экономического развития отдельной фирмы, отрасли, а также экономической системы в целом

Владеть:

- навыками выбора варианта действий в зависимости от ситуации в целях экономического развития фирмы, отрасли, экономики в целом.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.