

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 27.07.2023 14:05:44  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

*Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело  
направленность (профиль) программы «Торговый менеджмент и маркетинг  
(во внутренней и внешней торговле)»*

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»**  
**Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.05 Цифровая торговля и маркетплейсы**

**Направления подготовки 38.03.06**  
**Торговое дело**  
**Направленность (профиль) программы**  
**«Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»**

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2022 г.

Краснодар – 2021 г.

**Составитель:**

к.к., доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа Л.В. Кухаренко

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа. протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....</b>	<b>4</b>
Цель и задачи освоения дисциплины.....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	5
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>6</b>
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>13</b>
Рекомендуемая литература.....	13
Перечень информационно-справочных систем.....	13
Перечень электронно-образовательных ресурсов.....	14
Перечень профессиональных баз данных.....	14
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины.....	14
Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения.....	15
Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	15
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>16</b>
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>16</b>
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....</b>	<b>17</b>
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	25

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### Цель и задачи освоения дисциплины

**Целью** учебной дисциплины «Цифровая торговля и маркетплейсы» является обучение студентов навыкам разработки продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» формирование умения осуществлять подбор каналов и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализа трафика на web-сайт формирование знаний, умений и навыков реализации профессиональных задач в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки специалистов.

**Задачи** учебной дисциплины «Цифровая торговля и маркетплейсы»: - 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.

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.05 «Цифровая торговля и маркетплейсы» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

### Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	144	
Промежуточная аттестация: форма	экзамен	экзамен
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	<b>46</b>	<b>30</b>
1. Аудиторная работа (Ауд), акад. Часов всего:	<b>42</b>	<b>26</b>
в том числе:		
• лекции	18	12
• лабораторные занятия	-	-
• практические занятия	24	14
в том числе практическая подготовка		
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации	-	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	<b>98</b>	<b>114</b>
в том числе:	-	-
самостоятельная работа в период экз. семестре (СРэк)	32	32
самостоятельная работа в семестре (СРс)	66	82

в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу		
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. У-2. Умеет составлять систему показателей эффективности продвижения
	ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	ПК-5.1. У-3. Умеет обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
		ПК-5.3. З-2. Знает основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
		ПК-5.3. У-1. Умеет интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт
		ПК-5.3. У-2. Умеет составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для очной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме (ам)/разделу или по всему курсу в	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая	Самостоятельная работа/ КЭ, Кагтэк, К...						Всего
Семестр 6												
1.	<p><b>Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.</b> 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</p>	2	-			6/-	8	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О.	Т.	Р.
2.	<p><b>Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс.</b> Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торгово-технологического 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</p>	4	4			10/-	18	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т	Р.

	<p>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.</p>											
3.	<p><b>Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.</b>          Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы 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	4			10/-	18	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К., Т	Р.

4.	<b>Тема 4.Эффективность в цифровой торговле</b> 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.	2	4			10/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т, ОИ	Р.
5.	<b>Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле</b> 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. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки	2	4			10/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.
6.	<b>Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли</b> 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.	2	4			10/-	16	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О	Т	Р.

7.	<b>Тема 7. Безопасность в цифровой торговле</b> Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле. Риски в цифровой торговле. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей	2	4			10/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>24</b>			<b>98/4</b>	<b>44</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для очно-заочной формы обучения**

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме (ам)/разделу или по всему курсу в целом)	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, И-курс						Всего
Семестр 7												
1.	<p><b>Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.</b> Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли. Классификация электронных трансакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли</p>	2	-			8/-	10	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О.	Т.	Р.
2.	<p><b>Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс.</b> Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торгово-технологического 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</p>	2	4			10/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т	Р.

	<p>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.</p>											
3.	<p><b>Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.</b>          Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы перемещения товаров. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли. Фулфилмент, дропшипдинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы. Схема работы фулфилмент-компаний. Использование технологии дропшиппинга предприятиями цифровой торговли. Управление складскими запасами. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».</p>	2	2			12/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К., Т	Р.
4.	<p><b>Тема 4. Эффективность в цифровой торговле</b>          Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой</p>	2	2			14/-	18	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т, ОИ	Р.

	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.											
	<b>Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле</b> 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. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки	2	2			12/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.
	<b>Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли</b> 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.	2	2			12/-	16	ПК-5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О	Т	Р.
5.	<b>Тема 7. Безопасность в цифровой торговле</b>	-	2			14/-	16	ПК-5.1	ПК – 5.1. У-2	ЭП	К, Т	Р.

Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле. Риски в цифровой торговле. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей								ПК-5.3	ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2			
Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-	-
Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>114/4</b>	<b>144</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

- Опрос (О.)
- Электронный практикум (ЭП)

**Формы текущего контроля:**

- Тест (Т.)
- Кейс (К.)
- Операционная игра (ОИ)

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

- Реферат (Р.)

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**РЕКОМЕНДУЕМАЯ 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. 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>.

2. 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>

**Нормативные правовые документы:**

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/](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#eHDgGwSGwbfM61b61>

**ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовая система «Гарант» <http://garant.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>

4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ» <http://kodeks.systemcs.ru>

#### **ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>

#### **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

1. Национальная исследовательская компьютерная сеть России <https://runnet.ru/>
2. Научометрическая реферативная база данных журналов и конференций. <https://apps.webofknowledge.com>
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/>

#### **ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) - тематическая электронная библиотека и база данных для исследований и учебных курсов <http://www.uisrussia.msu.ru/>
2. Энциклопедиум [энциклопедии, словари, справочники] - справочный портал <http://enc.biblioclub.ru>
3. On-line: газеты и журналы - коллекция гиперссылок на электронные версии СМИ открытого доступа: российские официальные, нормативные, центральные, региональные, местные, отраслевые, научные, образовательные, научно-популярные, литературно-художественные, молодёжные, зарубежные периодические издания на русском и на иностранных языках, размещённая на сайте филиала <http://www.sgpi.ru/?n=934>
4. КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) <http://cyberleninka.ru/>
5. Первое в России исследовательское агентство, специализирующееся на рынке электронной коммерции. <http://DataInsight.ru>
6. Форум Центра информационных технологий. Интернет-маркетинг: электронная коммерция.
7. <http://www.citforum.ru/marketing/e-commerce.shtml>
8. Клуб умных ритейлеров Shopolog о технологиях, трендах и приемах современного ритейла и электронной коммерции. <http://www.shopolog.ru/>
9. Библиотека ресурсов интернет индустрии <http://www.i2r.ru>
10. Энциклопедия маркетинга. Интернет-маркетинг <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/index.htm>
11. Раскрути свой бизнес. Интернет-магазинам об электронной коммерции <http://www.oborot.ru>
12. Региональный Общественный Центр Интернет-Технологий (РОЦИТ) <http://www.rocit.ru>
13. Электронная коммерция и законы <http://ecommercelaw.ru/>
14. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru>
15. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>

16. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - федеральная информационная система открытого доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное <http://window.edu.ru/>

17. <http://www.intuit.ru> – образовательный проект, главными целями которого являются свободное распространение знаний во Всемирной Сети и предоставление услуг дистанционного обучения.

18. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://eios.reakf.ru>

### **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition
4. PeaZip,
5. Adobe Acrobat Reader DC
7. Программное обеспечение «Система управления учебным процессом Магеллан v.5»

### **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Цифровая торговля и маркетплейсы» обеспечена:

*для проведения занятий лекционного типа:*

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

*для проведения занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия):*

учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, принтер, проектор (переносной), экран для проектора (переносной), учебно-наглядные пособия;

- компьютерным классом;

*для самостоятельной работы:*

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

*Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.*

#### **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Положение об интерактивных формах обучения  
 Положение об организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы  
 Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов  
 Положение об учебно-исследовательской работе студентов  
 Методические указания по подготовке и оформлению рефератов  
 Методическом пособии по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы».

#### **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 5

<b>Виды работ</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение семестра получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

#### **VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

### ***Тематика курсовых работ/проектов***

Курсовая работа/проект по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы» учебным планом не предусмотрена.

#### ***Перечень вопросов к экзамену:***

1. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России.
2. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли.
3. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли.
4. Классификация электронных транзакций.
5. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли
6. Модель B2C в цифровой торговле.
7. Модели B2B в цифровой торговле.
8. Модели G2B, G2C, G2G в цифровой торговле.
9. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле.
10. Классификация моделей цифровой торговли.
11. Развитие розничной цифровой торговли в России.
12. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле.
13. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле.
14. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле.
15. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике.
16. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития.
17. Понятие маркетплейса.
18. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга.
19. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли.
20. Понятие прайс-менеджмента.
21. Экономика и психология цены.
22. Направления оптимизации цен.
23. Наполнение сайта релевантными материалами.
24. Составление контент-плана и графика публикаций.
25. Процесс обработки поступивших заказов.
26. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы.
27. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.
28. Организация оплаты товаров в цифровой торговле.
29. Организация доставки товаров в цифровой торговле.
30. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса.
31. Основные технологические схемы перемещения товаров.
32. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли.
33. Фулфилмент, дропшипинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы.
34. Схема работы фулфилмент-компаний.
35. Использование технологии дропшипинга предприятиями цифровой торговли.
36. Управление складскими запасами.
37. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению.
38. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».
39. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.

40. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле.
41. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли.
42. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле.
43. Технологическая эффективность цифровой торговли.
44. Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы.
45. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле.
46. Реклама в цифровой торговле.
47. 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 тестовые задания:***

**Тестовый вопрос 1: Выберите критичные для бизнеса группы сайтов**

- а) веб-представительство;
- б) веб-сервис;
- в) сайт компании смешанного бизнеса;
- г) сайт компании электронного бизнеса;
- д) корпоративный портал.

**Тестовый вопрос 2: Укажите решения для организации торгового представительства в сети Интернет.**

- а) аренда интернет-магазина;
- б) покупка интернет-магазина;
- в) регистрация электронной почты;
- г) открытие страницы в электронной торговом ряду;

д) аренда торгового места в торговом комплексе.

**Тестовый вопрос 3: Расположите действия по созданию веб-сайта в порядке выполнения.**

- а) мероприятия по продвижению сайта;
- б) реализация дизайна сайта;
- в) проведение маркетинговых исследований и определение целевого сегмента потребителей;
- г) оценка эффективности веб-сайта;
- д) реализация дизайна сайт и информационное наполнение.

### ***Типовые кейсы***

#### **Кейс по теме 7 «Безопасность в цифровой торговле»**

Задание

1. Исследовать сервис, обеспечивающий безопасность платежей в Интернет (Assist, ChronoPay, Payment, Robokassa и т.п.).
2. Ответить на следующие вопросы:
  - историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;
  - технологии обеспечения безопасности платежей;
  - спектр предлагаемых услуг;
  - крупнейшие участники системы;
3. Сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.
4. Результаты исследования оформить в виде презентации, в которой обязательно представить ссылки на источники информационных данных.
5. Презентацию представить на занятии.

### ***Примеры вопросов для опроса:***

#### **Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.**

1. Дайте определение цифровой торговли.
2. Назовите и обоснуйте причины вхождения цифровой торговли в состав дистанционной торговли.
3. В чем отличие электронной коммерции от цифровой торговли?
4. Есть ли явные преимущества у каждой модели цифровой торговли? Ответ обоснуйте.
5. Какие модели цифровой торговли, на ваш взгляд, являются наиболее перспективными?
6. Приведите классификацию субъектов цифровой торговли в России.
7. С чем связаны проблемы развития цифровой торговли в России?
8. Охарактеризуйте правовое обеспечение цифровой торговли в России.

### ***Типовые задания для электронного практикума:***

#### **Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс.**

Задания для выполнения практикума:

1. Используя таблицу 1 с адресами Internet-ресурсов, укажите принадлежность каждого сайта к той или иной разновидности классификации по типу взаимодействия бизнес-субъектов электронной коммерции.

В текстовом редакторе создайте таблицу, в которой отметьте принадлежность сайта путем размещения любого знака в соответствующей ячейке. Сохраните созданный документ в своей папке на диске под именем Классификация СЭК.doc.

Таблица-1

## Классификация систем в цифровой торговле

WWW-адрес	Классификация систем электронной коммерции			
	B2B	B2C	C2C	B2G, G2B, G2G
http://meshok.ru				
http://www.auction.nn.ru				
http://metalinfo.ru				
http://www.gz-spb.ru				
http://www.aufood.ru				
http://www.aptekaonline.ru				
http:// <a href="http://www.polypipe.ru">www.polypipe.ru</a>				
http://techhome.ru				
<a href="http://www.gagen.ru/">http://www.gagen.ru/</a>				
http://www.ozon.ru				
http://molotok.ru				
http://krab.ru				
http://www.mosregzakaz.ru				
http://NGE.ru				
http://www.colibri.ru				

2. В сети Интернет войдите на сайты систем B2B по адресам из таблицы 1 и определите их организационную принадлежность и тип. Результаты анализа представьте в виде таблицы 2 с помощью текстового редактора.

Таблица-2

## Системы «бизнес-бизнес»

WWW-адрес	Тип				Модель организации			
	корпоративная	многоотраслевая	отраслевая	продуктовая	каталог	аукцион	биржа	сообщество

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2B.doc.

3. В сети Интернет войдите на сайты систем B2C по адресам из таблицы 1 и определите их классификационную принадлежность. Результаты анализа представьте в виде таблицы 3 с помощью текстового редактора.

Таблица-3

## Системы «бизнес-потребитель»

WWW-адрес	По ассортименту				По уровню использования технологий		
	узкоспециализированный	специализированный	комбинированный	универсальный	Интернет-витрина	автоматизированный магазин	электронный торговый ряд

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2C.doc.

4. В сети Интернет войдите на сайты систем C2C по адресам из таблицы 1 и определите используемые на сайте виды аукционов. Результаты анализа представьте в виде таблице 4 с помощью текстового редактора.

Таблица-4

## Системы «потребитель-потребитель»

Вид аукциона

WWW-адрес	стандартный	голландский	одновременного предложения	двойной	закрытого предложения	с фиксированной ценой	скандинавский

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем C2C.doc.

### ***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 отчет-презентацию.

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.

### ***Тематика рефератов:***

#### **Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.**

1. Технологии NFC в системе электронных платежей.
2. Биткойн - инновационная платежная сеть.
3. Брэнддинг в среде Интернета.
4. Особенности рекламы в Интернете.
5. CRM как компонент обслуживания потребителей.

**Типовая структура экзаменационного задания**

<b><i>Наименование оценочного средства</i></b>	<b><i>Максимальное количество баллов</i></b>
1. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».	10
2. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.	10
Кейс-задание	20

**Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	<b>Продвинутый</b>
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов <b>Умеет верно и в полном объеме:</b> интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	<b>Повышенный</b>
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов <b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	<b>Базовый</b>

		<p>продвижения в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ПК-5.3.</b> Анализирует трафик на веб-сайт</p>	<p>зрения общей эффективности работы организации на рынке</p> <p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика</p>	
<p><b>менее 50 баллов</b></p>	<p><b>«неудовлетворительно»</b></p>	<p><b>ПК-5.</b> Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ПК-5.1.</b> Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке</p>	<p><b>Компетенции не сформированы</b></p>
			<p><b>ПК-5.3.</b> Анализирует трафик на веб-сайт</p>	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика</p>	

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»**  
**Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.05 ЦИФРОВАЯ ТОРГОВЛЯ И МАРКЕТПЛЕЙСЫ**

**Направления подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**  
**Направленность (профиль) программы**  
**Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)**

**Уровень высшего образования *Бакалавриат***

Краснодар – 2021 г.

### 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «*Цифровая торговля и маркетинг*» является ... обучение студентов навыкам разработки продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» формирование умения осуществлять подбор каналов и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализа трафика на web-сайт формирование знаний, умений и навыков реализации профессиональных задач в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки специалистов

Задачи учебной дисциплины «*Цифровая торговля и маркетинг*»:

- 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. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.
2.	Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетинг.
3.	Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.
4.	Тема 4. Эффективность в цифровой торговле
5.	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле
6.	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли
7.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4з.е. / 144 часа</b>	

**Форма контроля – экзамен**

**Составитель:**

Доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Л.В. Кухаренко