

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 27.07.2023 14:15:19
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 2023 г.

Краснодар – 2022 г.

Составитель:

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

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа. протокол № 6 от «10» января 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
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
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
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
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	16
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	17
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
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	46	30
1. Аудиторная работа (Ауд), акад. Часов всего:	42	26
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
Самостоятельная работа (СР), всего:	98	114
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>Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли. 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>Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. 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>Тема 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 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.	Тема 4.Эффективность в цифровой торговле 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.	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле 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.	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли 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.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле 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	-	-	-	-	-
	Итого	18	24			98/4	44	x	x	x	x	x

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>Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли. 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>Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. 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>Тема 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 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>Тема 4. Эффективность в цифровой торговле 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.											
	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле 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.
	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли 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.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле	-	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	-	-	-	-	-	-
Итого	12	18	-	-	114/4	144	x	x	x	x	x	x

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/.

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.uirussia.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 маркетинг».

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

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

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:// www.polypipe.ru				
http://techhome.ru				
http://www.gagen.ru/				
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

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
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»	Умеет верно и в полном объеме: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Продвинутый
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает верно и в полном объеме: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Умеет верно и в полном объеме: 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»	Умеет с незначительными замечаниями: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Повышенный
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает с незначительными замечаниями: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Умеет с незначительными замечаниями: 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»	Умеет на базовом уровне, с ошибками: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Базовый

		<p>продвижения в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт</p>	<p>зрения общей эффективности работы организации на рынке</p> <p>Знает на базовом уровне, с ошибками: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика</p>	
<p>менее 50 баллов</p>	<p>«неудовлетворительно»</p>	<p>ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Не умеет на базовом уровне: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке</p>	<p>Компетенции не сформированы</p>
			<p>ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт</p>	<p>Не знает на базовом уровне: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов</p> <p>Не умеет на базовом уровне: 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 – 2022 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
Трудоемкость дисциплины составляет 4з.е. / 144 часа	

Форма контроля – экзамен

Составитель:

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

Л.В. Кухаренко