

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук  
Школа публичной политики и управления  
Кафедра международного менеджмента

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего  
образования  
"МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК"**

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой \_\_\_\_\_  
Протокол от «\_» \_\_ 2020 г.  
№ \_

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой международного  
менеджмента  
Протокол от «б» мая 2020 г.  
№ 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.14 Цифровые технологии и омниканальность в индустрии моды**  
*(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)*

38.03.02 Менеджмент  
*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

«Менеджмент в индустрии моды»  
*(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

Бакалавр  
*(квалификация)*

Очная  
*(форма обучения)*

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

**Автор–составитель:**

Старший преподаватель кафедры международного менеджмента Чумак С.А.

**Заведующий кафедрой**

международного менеджмента ИОН РАНХиГС, к.э.н. Абрамова Н. М.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	12
6.1.Основная литература .....	12
6.2.Дополнительная литература .....	12
6.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы .....	12
6.4.Нормативные правовые документы .....	12
6.5.Интернет-ресурсы .....	12
6.6.Иные источники .....	12
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	12

# **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.14 Цифровые технологии и омниканальность в индустрии моды обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	ПК-7.2	Способность координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.
ПК-10	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-10.2	Способность оформлять аналитические документы, позволяющие наглядно представить процесс проведения и обобщения результатов анализа отчетных показателей в организациях

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код этапа	Результаты обучения
--------	-----------	---------------------

(при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	освоения компетенции	
Сбор информации о потребностях организации в персонале.	ПК-7.2	Способность координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.
Анализ информации и подготовка информационно-аналитических материалов.	ПК-10.2	Способность оформлять аналитические документы, позволяющие наглядно представить процесс проведения и обобщения результатов анализа отчетных показателей в организациях

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Объем дисциплины: 144/4 108/4

Контактная работа: 28/21

Лекции 14/10,5

Лабораторные работы

Практические занятия 14/10,5

Самостоятельная работа 80/60

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.14 Цифровые технологии и омниканальность в индустрии моды

курс, семестр ее освоения в соответствии с учебным планом: 3 курс, 6 семестр

дисциплина является основой для изучения дисциплин:

Б1.В.ДВ.09.01 Ивент менеджмент в индустрии моды

Б1.В.ДВ.09.02 Глобальная культура

дисциплина изучается после:

Б1.В.07 Предпринимательство в индустрии моды

Б1.В.ДВ.06.01 Логистика и управление цепочками поставок

Б1.В.ДВ.06.02 Бизнес-планирование

форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Экзамен

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости**,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем	СР / ЭО	

			по видам учебных занятий				, ДО Т*	промежуточной аттестации*
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КС Р		
Тема 1	<b>Цифровые тренды и их влияние на бизнес</b>		2/1,5		2/1,5		10/7,5	Д, К
Тема 2	<b>Предложение ценности в омниканальном мире</b>		2/1,5		2/1,5		10/7,5	Д, К
Тема 3	<b>Путь клиента в омниканальном мире</b>		2/1,5		2/1,5		10/7,5	Д, К
Тема 4	<b>Дистрибуционные модели в омниканальном спросе</b>		2/1,5		2/1,5		10/7,5	Д, К
Тема 5	<b>Управление эффективностью в омниканальном мире</b>		2/1,5		2/1,5		20/15	Д, К
Тема 6	<b>Эволюция бизнес модели во времени</b>		4/3		4/3		20/15	Д, К
Промежуточная аттестация								<b>Экзамен</b>
<b>Всего:</b>		<b>144/4 108/4</b>	14/10,5		14/10,5		80/60	<b>36/27</b>

\*Примечание – диспут (Д), кейс (К)

### Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 1	<b>Цифровые тренды и их влияние на бизнес</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Влияние цифровизации на современный мир:               <ul style="list-style-type: none"> <li>о Потребительское поведение</li> <li>о Большие данные, ИИ и распределенные активы</li> <li>о Ассиметричные конкуренты и платформы</li> <li>о Управление бесшовным клиентским опытом</li> <li>о Управление брендам в социальных сетях</li> </ul> </li> <li>• Привлечение, вовлечение, монетизация и удержания лояльности клиентов в омниканальном пространстве</li> </ul>

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 2	<b>Предложение ценности в омниканальном мире</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Расширенное понятие «ценность»: от продукта к совокупному опыту</li> <li>• Предложение ценности операторов товаров и услуг. Уязвимые места традиционной и мультиканальной модели в цифровой эпохе.</li> <li>• Ценность и эффективность омниканального бизнеса. Граница ценности.</li> </ul>
Тема 3	<b>Путь клиента в омниканальном мире</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Процесс покупки в цифровом мире и технологии изучения потребителя</li> <li>• Поиск триггеров, барьеров и скрытых источников роста продаж.</li> <li>• Управление потребительским поведением через ключевые триггеры</li> <li>• Матрица управления информацией и управление сервисом (он/оффлайн)</li> <li>• Традиционные и гибридные модели обслуживания</li> <li>• Стратегии привлечения и вовлечения клиентов в омниканальном пути</li> </ul>
Тема 4	<b>Дистрибуционные модели в омниканальном спросе</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виды дистрибуционных моделей, их ценность и эффективность</li> <li>• Повышение скорости, прозрачности и периодичности транзакций</li> <li>• Структура владения в разных типах цепочки создания стоимости</li> <li>• Варианты и выбор бизнес модели для разных отраслей</li> </ul>
Тема 5	<b>Управление эффективностью в омниканальном мире</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ключевые компетенции управления омниканальной компанией</li> <li>• Управление ассортиментом (best sellers + long tail)</li> <li>• Управление ценообразованием между каналами онлайн и офлайн</li> <li>• Управление производительностью персонала и затратами на персонал</li> <li>• Управление логистикой и оборачиваемостью запасов</li> <li>• Интегрированный маркетинг в омниканальной модели</li> <li>• Контрольные показатели для омниканального бизнеса</li> </ul>

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 6	<b>Эволюция бизнес модели во времени</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Данные и предиктивные модели в управлении спросом и доставкой</li> <li>• Стратегический выбор для традиционной компании. <ul style="list-style-type: none"> <li>о Миграция оффлайн в онлайн и наоборот.</li> <li>о Модуль внутри платформы.</li> <li>о Гибридная D2C модель.</li> <li>о Маркет плейсы и платформы.</li> </ul> </li> <li>• Ключевые факторы успеха и конкурентно способность в мире платформ.</li> </ul>

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

###### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

При проведении занятий лекционного типа: диспут

при проведении занятий семинарского типа: диспут, кейс

###### **4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):**

Экзамен в виде презентации

#### **4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

Материалы текущего контроля:

Примеры заданий:

Примеры заданий:

Определите области создания ценности в бизнесе моды с помощью цифровых технологий Индустрии 4.0 для каждой из трех перспектив:

- 1) Клиентский опыт
- 2) Цепочка создания стоимости
- 3) Платформенная бизнес модель

Проанализируйте путь клиента для компании, работающей на рынке моды (Zara, La Moda, Lacoste, Warby Parker). Насколько оптимален и удобен путь клиента? Можно ли назвать компанию омниканальной? Что нужно, чтобы компания стала по-настоящему омниканальной? В каких местах клиентского пути технологии могут упростить поиск, вовлечение, оценку, кастомизацию, покупку и возврат продукта? Как будет выглядеть путь клиента после внедрения технологий?

##### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

###### **4.3.1. Формируемые компетенции**



Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	ПК-7.2	Способность координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.
ПК-10	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-10.2	Способность оформлять аналитические документы, позволяющие наглядно представить процесс проведения и обобщения результатов анализа отчетных показателей в организациях

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Презентация команды:

Презентация 1

Области создания ценности в компании из индустрии моды с помощью цифровых технологий: на стороне клиента, во внутренних бизнес процессах, в новой бизнес модели.

Презентация 2

Диагностика пути клиента, гар-анализ и новый путь клиента с использованием цифровых технологий.

**Шкала оценивания.**

<b>Показатель оценивания</b>	<b>Критерий оценивания</b>
Обучающийся умеет координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.	1. Не умеет 2. В целом успешно, но не систематически осуществляемые умения 3. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения 4. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения 5. Сформированное умение
Обучающийся умеет оформлять аналитические документы, позволяющие наглядно представлять процесс проведения и обобщения результатов анализа отчетных показателей в организациях;	1. Не умеет 2. В целом успешно, но не систематически осуществляемые умения 3. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения 4. В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения 5. Сформированное умение

<b>Баллы</b> (рейтинговой оценки), %	<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
100-81	5, «отлично»	– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
80-61	4, «хорошо»	– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. – Учебные достижения в семестровый период и

		результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
60-41	3, «удовлетворительно»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
45-100	Зачет	– Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.
0 - 44	Незачет	– Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.

#### 4.4 Методические рекомендации

Метод преподавания включает в себя лекции, где будут представлены теоретические основы и примеры из практики, выполнение заданий, участие в практических семинарах, применение материала в индивидуальных и командных кейсах. Перед лекциями студенты должны будут прочитать рекомендованные материалы, подготовиться обсуждать и применять представленные концепции на занятиях.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

С приходом цифровизации грани между онлайн и оффлайн каналами стираются. Совершая покупку в омниканальном мире, клиенты по несколько раз переключаются между веб сайтами, соц. сетями, мобильным приложением, чатом с друзьями, магазином или шоурумом и пунктом сбора заказа. Выбирая бренды и продукты, они как никогда становятся требовательными к удобству, простоте, кастомизации процесса покупки. Для достижения успеха в новых условиях предприятиям в индустрии моды необходимо поднимать уровень цифровой зрелости, используя технологии для более глубокого

изучения потребителя и построения клиенто-центричных бизнес-процессов в мультимедийном пространстве. На данном курсе мы поговорим о том, как использовать данные для кастомизации предложения, повышения вовлеченности потребителей, улучшения конверсии в покупку через построения эффективных, удобных и бесшовных процессов. Мы также поговорим о том, как с помощью технологий можно трансформировать текущие и создавать новые бизнес-модели.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Основная литература.**

Цифровизация. Практические рекомендации по переводу бизнеса на цифровые технологии, Management Review MIT Sloan, 2019

Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. Питер Вайл, Стефани Ворнер, 2019

### **6.2. Дополнительная литература.**

Передовые подходы к стратегии бизнеса, HBR, 2007

Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра?, Адриан Сливотски, 2020

Цифровая логистика, И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова, 2019

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**

Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

Электронно-библиотечная система Юрайт

### **6.4. Нормативные правовые документы.**

Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 24.04.2020) «О защите прав потребителей»

«Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ)

### **6.5. Интернет-ресурсы.**

World Organization of Intellectual Property <https://www.woip-register.com>

### **6.6. Иные источники.**

Торговля 4.0. Цифровая революция в торговле: стратегии, технологии, трансформация, Райнер Глэс, Бернд Лейкерт, 2020

Оmnikanальность и omnikanальный маркетинг. Эффективный подход к повышению лояльности клиентов, Маргарита Акулич, 2018

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения курса требуется офис, оборудованный доской, маркерами, компьютером и проектором.