

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

Факультет «Высшая школа корпоративного управления»  
(наименование факультета)

Кафедра международной коммерции  
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА  
решением кафедры  
международной коммерции  
Протокол от «02» сентября 2019 г.  
№ 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж»  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.06 Торговое дело  
(код, наименование направления подготовки)

«Технологии продаж в современном бизнесе»  
(профиль)

Бакалавр  
(квалификация)

Очная  
(форма обучения)

Год набора – 2020

Москва, 2019 г.

**Автор—составитель:**

К.э.н.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность)

Сяглова Ю.В.

(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой

международной коммерции д.э.н., профессор

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание)

Саламатов В.Ю.

(Ф.И.О.)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

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

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапов:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	ПК-8.1	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры для определения цифровых форм и методов продаж

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-08.035 В/01.7 Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-8.1	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)</p> <p>Инструменты бренд-менеджмента</p> <p>Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития</p> <p>Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)</p> <p>Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов</p> <p>Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации</p> <p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации</p> <p>Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)</p>

		<p>Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок</p> <p>Проводить оценку стоимости брендов организации</p> <p>Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами</p> <p>Использовать инструменты проектного управления успешными брендами</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг)</p> <p>Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими</p> <p>Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)</p> <p>Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки</p> <p>Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации</p> <p>Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)</p> <p>Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда</p> <p>Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации</p> <p>Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p>
--	--	--

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» в соответствии с учебным планом направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Технологии продаж в современном бизнесе» изучается в 4-м семестре на 2-м курсе в качестве дисциплины по выбору.

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» опирается на материал, изученный в рамках следующих дисциплин: Б1.Б.09 «Экономика организации» (2 курс 3 семестр), Б1.Б.13 «Коммерческая деятельность» (2 курс 3 семестр) и др.

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» является опорой для изучения дисциплин: Б1.В.09 «Товарная политика» (3 курс 5 семестр), Б1.В.10 «Логистика закупок» (3 курс 6 семестр), Б1.В.17 «Электронная коммерция» (4 курс 7 семестр) и др.

Общая трудоемкость дисциплины 3 зачетных единицы (108/81) час.

По дисциплине Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» выделяется (академический час./астрономич. час.):

на контактную работу с преподавателем выделяется 36/27 час, в том числе:

- лекции – 18/13,5

- практические занятия – 18/13,5

на самостоятельную работу обучающихся – 72/54

Форма промежуточной аттестации – зачет.

### 3.Содержание и структура дисциплины

#### Структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час./астрономич.час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Интернет-магазины	14	2		2		10	Д
Тема 2	Интернет-аукционы	14	2		2		10	СПЗ
Тема 3	Торговые интернет-площадки	14	2		2		10	СПЗ
Тема 4	Сервисы коллективных покупок	16	2		2		12	СПЗ
Тема 5	Шоурумы	16	2		4		10	СПЗ
Тема 6	Перспективные формы продаж	18	4		4		10	СПЗ
Тема 7	Методы продаж	16	4		2		10	Э
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108/3 81	18/13, 5		18/13, 5		72/5 4	

\*Формы текущего контроля: Э-эссе, Д-диспут, СПЗ-сквозное практическое задание

#### Содержание дисциплины

##### Тема 1. Интернет-магазины

Интернет-витрины. Самостоятельные интернет-магазины. Интегрированные интернет-магазины.

##### Тема 2. Интернет-аукционы

Скандинавские интернет-аукционы. Обратные интернет-аукционы. Классические интернет-аукционы.

##### Тема 3. Торговые интернет-площадки

Выросшие из интернет-магазинов. Выросшие из интернет-аукционов. Независимые торговые площадки. Зависимые торговые площадки.

##### Тема 4. Сервисы коллективных покупок

Стандартная скидка. Купонная скидка.

##### Тема 5. Шоурумы

Псевдо-шоурумы. Классические шоурумы. Оптовые шоурумы.

**Тема 6. Перспективные формы продаж**  
Веб-киоски. Интерактивное телевидение.

**Тема 7. Методы продаж**

СПИН-продажи. NEAT-продажи. Концептуальные продажи. SNAP-продажи. Challenger Sale. Система Сэндлера. CustomerCentric Selling. MEDDIC.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Цифровые формы и методы продаж» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<b>Тема (раздел)</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
Интернет-магазины	Диспут
Интернет-аукционы	Сквозное практическое задание
Торговые интернет-площадки	Сквозное практическое задание
Сервисы коллективных покупок	Сквозное практическое задание
Шоурумы	Сквозное практическое задание
Перспективные формы продаж	Сквозное практическое задание
Методы продаж	Эссе

**4.1.2. Промежуточная аттестация проводится с применением следующих методов (средств):** зачет в виде письменного опроса с разбором типовых ситуаций.

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

###### **Темы эссе**

1. Интернет магазин с точки зрения полноты реализации его торговых функций.
2. Основные структурные разделы сайта магазина.
3. В самом общем виде на web сайте «виртуального магазина» должны быть...
4. Основные требования к характеристикам электронного магазина.
5. Оценка качества спроектированного электронного магазина.
6. Самые популярные интернет-аукционы.
7. Самые популярные российские интернет-аукционы.

###### **Примеры вопросов для диспута**

1. Чем можно пожертвовать ради привлечения новых клиентов?
2. Как организовать и провести акцию?
3. Сущность рынка купонных (скидочных) сервисов, основные тенденции и показатели.
4. Анализ игроков и регионального рынка сайтов коллективных покупок.
5. Недостатки сайтов коллективных покупок.
6. Плюсы сайтов коллективных покупок. Что востребовано? Кто выигрывает?

7. Положительные факторы интернет-аукционов, шоурумов и торговых интернет-площадок.
8. Как изменить отношение клиента к покупке?
9. Что не нужно делать при продажах?

### **Сквозное практическое задание**

Практическое задание выполняется на протяжении нескольких практических занятий и как домашнее задание.

Основной целью выполнения практической работы «Разработка проекта кампании контекстной рекламы в системах Яндекс.Директ и Google Adwords» является углубление и закрепление на практике теоретических знаний в области продвижения продукции на рынке с помощью возможностей Интернет-рекламы и технологий электронной коммерции. Выполняемая студентами практическая работа подразумевает решение в реальных рыночных условиях комплекса маркетинговых задач базового предприятия, а именно: изучение деятельности предприятия и его рынка, анализа рынка, исследования конкурентов, аудита сайта, географического и временного таргетинга, составления рекламных сообщений (копирайтинга), бюджетирования рекламной кампании и др.

1. Порядок выполнения практической работы:
  1. Подготовительный этап.
    - 1.1. Выбор базового предприятия.
    - 1.2. Обзор деятельности предприятия (его история, бренд/бренды, продукция, оргструктура, миссия, стратегические цели, способы продвижения продукции).
    - 1.3. Информационный аудит сайта базового предприятия.
    - 1.4. Определение трех направлений деятельности и/или продуктов для разработки рекламных объявлений.
    - 1.5. Определение трех конкурентов, их обзор и анализ сайтов.
  2. Разработка проекта рекламной кампании.
    - 2.1. Размещение контактной информации.
    - 2.2. Выбор условий таргетинга.
    - 2.3. Подбор поисковых запросов (для объявлений № 1,2,3).
    - 2.4. Составление заголовка и текста объявления, указание ссылки на сайт (для объявлений № 1,2,3).
    - 2.5. Определение типа размещения объявления и назначение стоимости клика по выбранным поисковым запросам (для объявлений №1,2,3).
    - 2.6. Составление бюджета рекламной кампании по 3 объявлениям с последующей его оптимизацией (сокращением).
3. Представление результатов практической работы.
  - 3.1. Отправка разработанной рекламной кампании на модерацию в Яндекс.Директ и получение положительного результата проверки. При необходимости корректировка рекламной кампании.
  - 3.2. Подготовка печатного отчета и презентации о проведенной работе в PowerPoint. Подготовка рецензии на лабораторную работу одного из слушателей.
  - 3.3. Представление разработанной рекламной кампании с использованием мультимедийного оборудования.
  - 3.4. Защита разработанной рекламной кампании в ходе дискуссии с преподавателем и другими студентами. Ответы на замечания и вопросы аудитории.

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



**4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	ПК-8.1	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры для определения цифровых форм и методов продаж

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ПК-8.1	<p>Знание теоретических основ комплекса маркетинга цифровых коммуникаций;</p> <p>формирование комплекса маркетинга цифровых коммуникаций для предприятия торговли;</p> <p>написание медиаплана по цифровым коммуникациям для промпредприятий торговли.</p> <p>Умение выбрать на современном рынке делового партнера для заключения договора, а также самостоятельно проконтролировать выполнение данного договора.</p>	<p>Владеет теоретическими основами комплекса маркетинга цифровых коммуникаций;</p> <p>формирует комплекс маркетинга цифровых коммуникаций для предприятия торговли;</p> <p>владеет навыком написания медиаплана по цифровым коммуникациям для промпредприятий торговли.</p> <p>Умеет работать с деловым партнером на современном рынке, проводит с ним переговоры, правильно себя позиционирует и принимает решение о выгодном заключении договора для определения цифровых форм и методов продаж; использует методы для поиска клиентов, заключает договора через Интернет, черпает информацию о перспективных и новых организациях.</p>

**4.3.2. Типовые оценочные средства**

### Вопросы к промежуточной аттестации

При ответе на вопрос  
приведите конкретные примеры:

1. Кому подходят активные продажи?
2. Методы эффективных продаж.
3. Какие продажи выгодней?
4. Способы урегулирования конфликтных ситуаций.
5. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.
6. Этапы совершения покупки.
7. Техника задавания вопросов SPIN.
8. Какие задачи ставит перед собой торговая площадка?
9. Что влияет на спрос интернет-магазина?
10. Что такое электронный киоск?
11. Расскажите о структуре интернет-магазина. Перечислите его основные возможные отделы.
12. Почему название веб-сайта интернет-магазина должно быть таким, чтобы его можно было бы легко запомнить и произнести?
13. Что такое CMS и для чего эта система используется в интернет- магазинах?
14. Чему должен следовать участник торгов?

### Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований		
Ц и ф р .	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Не зачтено	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Не зачтено	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	Зачтено	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Зачтено	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Зачтено	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

**Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений**

<b>Оценка</b>	<b>Формулировка требований к степени сформированности компетенции</b>
<i>«Зачтено»</i>	<p>- Оценка «зачтено» выставляется студенту, если студентом:</p> <p>Умеет работать с деловым партнером на современном рынке, проводит с ним переговоры, правильно себя позиционирует и принимает решение о выгодном заключении договора для определения цифровых форм и методов продаж; использует методы для поиска клиентов, заключает договора через Интернет, черпает информацию о перспективных и новых организациях</p>
<i>«Не зачтено»</i>	<p>- Оценка «не зачтено» 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 результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>

#### **4.4. Методические материалы**

Занятия по дисциплине «Цифровые формы и методы продаж» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с расчетом основных показателей, с обсуждением проблемных вопросов и вырабатывают свое мнение по поводу решения основных вопросов в сфере цифровых продаж.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к практическим занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине «Цифровые формы и методы продаж» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- ~ учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- ~ степень усвоения теоретических знаний;
- ~ уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- ~ результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

**Оценивание работы студента на практических занятиях** осуществляется по следующим критериям:

- «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
- «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.
- «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.
- «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Написание эссе студентами по заранее заданным темам. Написание эссе способствует формированию умения применять основные методики анализа информации, синтеза, а также студенты учатся строить собственные умозаключения и выводы на основе проанализированной информации. В ходе написания эссе студенты учатся последовательно и логично излагать собственные мысли.

Объем эссе не должен быть менее 10, но не более 15 страниц текста, включая титул и список литературы.

Критерии оценки эссе:

Оценка «удовлетворительно» предполагает: полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка «хорошо» ставится: полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка «отлично» предполагает: полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Участие студентов в диспутах по заранее заданным темам, уже освоенным в рамках курса. Участие в диспутах способствует формированию навыков анализа и синтеза информации, умения доказывать свою точку зрения.

При оценке ответов в рамках диспута учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал, относящийся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

### **Вопросы для самостоятельной работы**

1. Понятие и сущность блокчейн. Термины и определения.
  2. Блокчейн и бизнес-процессы. Возможности применения.
  3. Принципы блокчейн технологии. Прослеживаемость.
  4. Основные принципы блокчейн технологии.
  5. Сущность и функции прослеживаемости в блокчейн.
  6. Блокчейн как торговая технология. Области применения.
  7. Блокчейн в торговле. Характеристика опций применения в торговле.
  8. Принципы блокчейн технологии в торговле.
  9. Организация цепей поставок на основе блокчейн. Принципы.
- 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

#### 6.1. Основная литература

1. Блуммарт, Тью Четвертая промышленная революция и бизнес: Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности / Тью Блуммарт, ван Стефан, Эрик Колтоф; перевод З. Мамедьяров. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-

- 9614-1536-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82658.html>
2. Цифровая экономика. Социально-экономические и управленческие концепции: коллективная монография / Л. И. Антонова, Д. И. Городецкий, А. Ф. Золотарева [и др.]; под редакцией А. А. Степанова. — М.: Научный консультант, Виктория плюс, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-6040573-2-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80804.html>
  3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html>
  4. Полещук, О. Машина продаж: Системный подход к активным продажам / О. Полещук. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-1142-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82713.html>
  5. Иванова, С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг / С. Иванова; Барановской ред.. — 13-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 278 с. — ISBN 978-5-9614-6729-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86905.html>
  6. Джеймс, Вумек Продажа товаров и услуг по методу бережливого производства / Вумек Джеймс, Джонс Дэниел; перевод Е. Пестерева; под редакцией Ю. Адлера, С. Турко, С. Огаревой. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-4619-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86833.html>

## 6.2. Дополнительная литература

1. Кусакин, И. Главный навык менеджера по продажам: Как быть убедительным в любой ситуации / И. Кусакин. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-4956-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82922.html>
2. Юрасова, Ю. В. Обучение торгового персонала — курс тренингов эффективных продаж / Ю. В. Юрасова. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-394-03638-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87618.html>
3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html> (дата обращения: 07.11.2019). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

## 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Тургунов, М. Партизанские продажи: как увести клиента у конкурентов / М. Тургунов. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-9614-4316-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86757.html>

2.. Кудряшов А.А. Электронный бизнес: учебное пособие. Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.  
<http://www.iprbookshop.ru/75426.html>

#### 6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

#### 6.5. Интернет-ресурсы

1. [http://studbooks.net/791283/marketing/formy\\_metody\\_prodazhi](http://studbooks.net/791283/marketing/formy_metody_prodazhi)
2. [https://studopedia.su/19\\_20502\\_formi-i-metodi-prodazhi-potrebitelskih-tovarov.html](https://studopedia.su/19_20502_formi-i-metodi-prodazhi-potrebitelskih-tovarov.html)

#### 6.6. Иные источники

Не предусмотрены

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.