

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цифровая трансформация в торговле

#### Авторы:

К.э.н., доцент Сяглова Ю.В.

#### Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

#### Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

#### Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию организационной и управленческой работы в области электронной коммерции.

#### План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Роль и место электронной коммерции в современном мире	Электронная коммерция в современном обществе. История возникновения и этапы развития электронной коммерции. Взгляд международных организаций на основные требования и рекомендации по процедурам и правилам электронной коммерции. Динамика мирового рынка электронной коммерции. Воздействие развития электронной коммерции на экономику
Тема 2	Особенности внедрения электронной коммерции в России	Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России. Развитие телекоммуникационных систем как непременное условие успешного внедрения систем электронной коммерции. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией. Обзор крупных проектов, Стратегии развития систем электронной коммерции. Анализ проблем электронной коммерции, связанных с вступлением России во Всемирную торговую организацию
Тема 3	Инструментарий электронной коммерции. Стандарты электронной коммерции	Классификаторы информации. Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности стран Содружества Независимых Государств. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений. Система электронного обмена данными в управлении, торговле и транспорте (EDIFACT-electronic data interchange for administration, commerce and transport). Штриховое кодирование
Тема 4	Автоматизированные системы электронной коммерции. Сущность интернет-маркетинга	Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции. Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Платежные системы Интернета. Российские платежные системы. Системы электронного документооборота. Интернет-маркетинг и его сущность. Инструментарий интернет-маркетинга
Тема 5	Безопасность	Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы

	электронной коммерции. Эффективность электронной коммерции	оценки эффективности системы безопасности в электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции. Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerfomence. Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов
--	--	---

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

– при проведении занятий лекционного типа:

Диалог с аудиторией

– при проведении практических занятий:

письменные домашние задания (ДЗ)

**Зачет проводится в форме письменных ответов на вопросы билета.**

### **Основная литература:**

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 347 с. - (Учебные издания для бакалавров).
2. Аренс, Вильям Ф. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс ; [пер. с англ. (11-е изд.) Владимира Кузина]. - Москва : Эксмо, 2011. - 875, [2] с. : ил.; 27 см. - (Академия рекламы) (Мировой бестселлер!); ISBN 978-5-699-30795-1