

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Маркетплейсы и экосистемы**

### **Авторы:**

доцент кафедры маркетинга и рекламы, канд. экон. наук Ю.В. Сяглова

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

38.04.02 Менеджмент, «Цифровая трансформация в бизнесе»

### **Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность интерпретировать результаты исследований, обобщать информацию и делать выводы на основе проведенного анализа информации, выделять практическую значимость научных работ отечественных и зарубежных ученых

### **План курса**

Тема 1. Маркетплейсы в бизнесе.

Понятие и сущность маркетплейсов в современном ритейле. Практика организации маркетплейсов. Кейсы современных торговых площадок, организованных как маркетплейсов.

Тема 2. Классификация электронных торговых площадок.

Понятие и сущность электронной торговой площадки. Национальные и трансграничные торговые площадки. Методика образования торговых площадок. Принципы функционирования. Участники. Требования.

Тема 3. Понятие и сущность экосистемы в бизнесе.

Понятие и сущность экосистемы ритейла. Эволюция формирования экосистем. Крупные и мелкие экосистемы. Участники экосистемы ритейла. Требования.

Тема 4. Эволюционные изменения экосистем.

Эволюционные изменения ритейла как отрасли. Интеграционные объединения и слияния в отрасли. Экосистема как эволюционный этап развития ритейла.

Тема 5. Эффективность экосистемы в бизнесе

Оценка эффективности экосистем в бизнесе. Метрики оценки эффективности. Кейсы эффективных и неэффективных экосистем.

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Маркетплейсы и экосистемы» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:  
эссе, коллоквиум, деловые ситуации;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:  
вопросы для опроса.

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде письменного ответа на вопросы с разбором типовых ситуаций.

### **Основная литература**

1. Йенс Нордфальт. Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Йенс Нордфальт. — Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>
2. Трайндл Арндт. Мастерство ритейл-брендинга [Электронный ресурс]/ Трайндл Арндт. — Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82711.html>