

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровые платежные системы

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 проведения анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде для формирования вектора стратегического развития бизнеса, формулировать ожидаемые результаты собственного исследования

План курса:

Тема 1. Мобильные платежи – основа электронной коммерции.

Эволюция системы платежей. Аналоговый и цифровой бизнес. Адаптация платежных инструментов под цифровые потребности бизнес-систем.

Тема 2. Классификация цифровых платежных инструментов.

Цифровые технологии. Разновидности цифровых платежных инструментов в финтех бизнес модели. Мобильные платежи. Обработка и хранение персональных данных.

Тема 3. Обоснование выбора цифрового платежного сервиса в цифровых бизнес-платформах.

Экосистема цифрового ритейла. Внутренние брендовые экосистемы. Внешние экосистемы – маркетплейсы. Цифровые платежные инструменты в различных бизнес-платформах.

Тема 4. Цифровые платежные инструменты как составляющие финтех маркетинга.

Финтех маркетинг. Понятие, сущность. Особенности применения финтех элементов в цифровом маркетинге. Выбор платежного инструмента в цифровой модели маркетинга.

Тема 5. Метрики результативности использования цифровых платежных инструментов.

Разработка программы цифровизации компании. Основные этапы цифровизации. Ритейл метрики при оценке эффективности цифровизации.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Цифровые платежные системы» 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;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
вопросы для опроса

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): зачет 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>.— ЭБС «IPRbooks»
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>.— ЭБС «IPRbooks»