

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Финтех в цифровом бизнесе**

### **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. Финансовые технологии в цифровом бизнесе.

Цифровые бизнес процессы. Понятие и сущность финансовых технологий в цифровой бизнес среде.

Тема 2. Классификация финансовых технологий и инструментов.

Цифровые технологии в различных отраслях и сферах деятельности. Разновидности. Классификация финансовых технологий. Обработка и хранение данных в облачных системах.

Тема 3. Обоснование выбора финансовой технологии в цифровых бизнес-платформах различных сфер.

Экосистема цифрового ритейла. Критерии выбора финансовых технологий в цифровых экосистемах. Процесс и этапы адаптации финансовой технологии.

Тема 4. Финтех маркетинг и продажи в цифровом бизнесе.

Финтех маркетинг. Понятие, сущность. Особенности применения финтех элементов в цифровом маркетинге. Цифровые продажи. Финансовые технологии при продажах в цифровом бизнесе.

Тема 5. Метрики результативности использования цифровых финансовых технологий.

Категоризация цифровых маркетинговых метрик. Достижение результативности маркетинговых метрик при применении комплекса финансовых технологий цифрового бизнеса.

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Финтех в цифровом бизнесе» 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»