

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА

Автор: и.о. заведующего Кафедрой маркетинга и рекламы, к.э.н., доцент Ю.В. Сяглова

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность готовить рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)

План курса:

Тема 1. Понятие и сущность ритейла как отрасли.

Ритейл как новая сфера экономической деятельности. Разновидности ритейл компаний. Особенности, проблемы, тренды ритейла как отрасли.

Тема 2. Цифровизация в торговле: особенности, возможности.

Понятие и сущность цифровизации в торговле. Особенности процедуры цифровизации в ритейле. Основные возможности коммерциализации результатов цифровизации. Возможности распространения аспектов цифровизации на результаты деятельности ритейл компаний.

Тема 3. Элементы цифровизации внутренних процессов в торговле.

Характеристика внутренних процессов в ритейл компании. Возможности их цифровизации. Особенности и виды внутренних цифровых технологий. Факторы, влияющие на протекание внутренних процессов цифровизации.

Тема 4. Элементы цифровизации, направленные на потребителей.

Характеристика современных потребителей в ритейле. Возможности внедрения элементов цифровых технологий с потребителями ритейл компании. Факторы, влияющие на протекание процессов цифровизации, направленных на внешних потребителей.

Тема 5. Программа цифровизации ритейла: эффективность, метрики.

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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.02 «Цифровая трансформация бизнеса» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Понятие и сущность ритейла как отрасли	Эссе
Цифровизация в торговле: особенности, возможности	Деловая ситуация
Элементы цифровизации внутренних процессов в торговле	Коллоквиум
Элементы цифровизации, направленные на потребителей	Коллоквиум
Программа цифровизации ритейла: эффективность, метрики	Деловая ситуация

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

Основная литература:

1. Вайл Питер. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения / Питер Вайл, Стефани Ворнер; пер. И. Окунькова. — М.: Альпина Пабlishер, 2019. — 264 с. — ISBN 978-5-9614-2184-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82656.html>
2. Йенс Нордфальт. Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Йенс Нордфальт— Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Пабlishер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>