

**Программа учебной дисциплины «Технологии розничной торговли. Электронная коммерция и информационные технологии»**

Утверждена  
Академическим советом ООП  
Протокол от «29» августа 2017 г.

Автор	Полончук Андрей Сергеевич, приглашенный преподаватель, <a href="mailto:biggirafa@gmail.com">biggirafa@gmail.com</a> Тверской Максим Юрьевич, приглашенный преподаватель, <a href="mailto:tverskoyMY@kenguru.ru">tverskoyMY@kenguru.ru</a>
Число кредитов	7
Контактная работа (час.)	60
Самостоятельная работа (час.)	206
Курс	1
Формат изучения дисциплины	Full-time

## I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целями освоения дисциплины «Электронная коммерция» являются овладение студентами основными концепциями и практическими навыками управления и реализации проектов в области дистанционной торговли, электронной коммерции и мультимедийных форматов торговли.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- основные предметные области электронной коммерции и методы управления ими;
- методику разработки стратегии развития электронной торговли;
- основные рычаги роста бизнес показателей и методы воздействия на них;
- основы цифрового маркетинга;
- основы проектирования и создания цифровых продуктов;
- основы проектирования и управления логистикой в области электронной коммерции.

**Уметь:**

- определять потенциалы рынков;
- анализировать бизнес-модель проекта и выявлять рычаги роста бизнес показателей;
- разрабатывать целевую структуру проектной команды для реализации бизнес инициатив;
- управлять программой проектов.

**Владеть:**

- навыками бизнес-планирования;
- навыками финансового анализа эффективности бизнес-модели проекта;
- методами ведения проектной деятельности;
- навыками создания и реализации продуктового плана;

- навыками мерчандайзинга в электронной коммерции;
- навыками управления ценообразованием в электронной коммерции;
- навыками категорийного менеджмента в электронной коммерции.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями: знать основы маркетинга.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. Области электронной коммерции**

Определение и типы областей. Типология рынков и компаний. Обзор рынка электронной коммерции мира и России.

### **Тема 2. Омниканальность и другие типы реализации ландшафта электронной коммерции в компании**

### **Тема 3. Анализ бизнес модели и поиск рычагов развития**

Структура основных финансовых и операционных отчетов. Структура выручки. Воронка продаж. Воронка конверсий.

### **Тема 4. Драйвера роста**

Основные драйвера роста. Методы воздействия на драйвер роста.

### **Тема 5. Клиентская база и ее развитие**

Сегментация и определение целевых потребительских сегментов. Анализ клиентской базы и методы ее развития.

### **Тема 6. Пожизненная ценность клиента**

Цикл потребления. Пользовательские когорты. Юнит экономика. Определение эффективной стоимости привлечения клиента.

### **Тема 7. Основы категорийного менеджмента в области электронной коммерции**

Категорийные роли и стратегии развития товарной матрицы. Критерии оптимизации товарной матрицы.

### **Тема 8. Ценообразование**

Индекс цены. Автоматизация ценообразования. Тактики ценообразования.

## **Тема 9. Трейд-маркетинг**

Количественная и качественная дистрибуция. Товарный маркетинг. Промо-механики.

## **Тема 10. Цифровой маркетинг**

Поисковая оптимизация. Платные каналы привлечения клиентов. Директ маркетинг. Контент маркетинг. Социальные сети. Персонализация. Применение новых технологий.

## **Тема 11. Управление разработкой продукта**

## **Тема 12. Операционное управление продажами**

## **Тема 13. Построение команды проекта**

## **Тема 14. ИТ технологии и инновации**

### **III. ОЦЕНИВАНИЕ**

Оценки по всем формам текущего и итогового контроля выставляются по 10-балльной шкале. Округление оценок – арифметическое.

Текущий контроль состоит из оценок за работу на практических занятиях и домашнего задания – письменной групповой (или индивидуальной) работы (проекта).

При выставлении оценки за работу студентов на семинарах учитываются: выполнение всех практических заданий и кейсов, предусмотренных программой дисциплины, правильность и полнота их выполнения, активность студентов в ролевых играх, дискуссиях во время семинарских занятий.

Итоговая оценка формируется по формуле:  $0,5 \text{ Онакопленная} + 0,5 \text{ Оэкзамен}$

### **IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

В конце курса студенты выполняют групповую экзаменационную работу в специально предоставленном им файле-шаблоне.

### **V. РЕСУРСЫ**

#### **1. Основная литература:**

1. Электронная коммерция: Учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. - М.: Форум, 2010 (или более поздние издания)

#### **2. Дополнительная литература**

1. Майкл Стелзнер «Контент-маркетинг. Новые методы привлечения в эпоху интернета»

2. Спенсер С., Энж Э., Фикшин Р., Стрикчиола Д. «SEO – искусство раскрутки сайтов» Пер. с англ. А. Лашкевича. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011 (или более поздние издания)

3. Теров, Ш. Видимость в Интернете: поисковая оптимизация сайтов / Ш. Теров; Пер. с англ. В. Петрова, Т. Яковлевой. – 2-е изд. – М.; СПб.:Символ-Плюс, 2009. – 285 с. – (Сер. "Бизнес XXI века")
4. Шалашова, М. Е. Электронная коммерция в ЕС: новые нормы регулирования вертикальных ограничивающих соглашений в сфере интернет-торговли / М. Е. Шалашова // Современная конкуренция. – 2012. – N.2. – С. 60-68.

### 3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### 4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<b><i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i></b>		
1.	Консультант Плюс	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Деловая библиотека «Альпина Диджитал»	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://alpinadigital.ru/">https://alpinadigital.ru/</a>
3.	Электронно-библиотечная система Юрайт	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
4.	Электронно-библиотечная система Znanium.com	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i> URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>
<b><i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i></b>		
1.	Российская национальная библиотека	URL: <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	URL: <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>

## **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.