

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.04.2024 11:07:02

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАБОТА С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Работа с маркетплейсами» входит в программу бакалавриата «Цифровая экономика» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 7 разделов и 7 тем и направлена на изучение стратегий, методов и инструментов, необходимых для эффективного взаимодействия с онлайн-площадками (маркетплейсами) в качестве канала распространения продукции или услуг.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических способностей в работе цифровых площадок продаж, а также получить навыки, необходимые в практике работы международного бизнеса в этой области.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Работа с маркетплейсами» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-3	Способен анализировать конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-3.1 Изучает рынок, стоимость товаров и услуг, их характеристики, сегменты рынка; ПК-3.2 Использует знания конъюнктуры рынка для реализации товаров и услуг, умеет использовать различные методы анализа; ПК-3.3 Анализирует рынок, предлагает на этой основе определенные товары и услуги, может объяснить систему ценообразования по данным категориям товаров;
ПК-4	Способен управлять проектами в области ИТ на основе полученных, планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров	ПК-4.1 Понимает методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии финансовой информации экономического субъекта; ПК-4.2 Использует информационные технологии (программное обеспечение) в объеме, необходимом для составления финансовой отчетности;
ПК-7	Способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	ПК-7.1 Знает принципы и подходы к формированию эффективных команд, основы построения эффективных коммуникаций; ПК-7.2 Умеет организовать работу малого коллектива, рабочей группы; разрешать конфликты в организационной среде; эффективно делегировать полномочия; использовать внутреннюю и внешнюю мотивацию при управлении трудовыми ресурсами организации; организовать выполнение конкретного порученного этапа работы, организовать работу малого коллектива, рабочей группы; ПК-7.3 Владеет навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнений поручений;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Работа с маркетплейсами» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Работа с маркетплейсами».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-3	Способен анализировать конъюнктуры рынка товаров и услуг	Цифровой маркетинг; Современные технологии маркетинга в цифровой среде; <i>Unit-экономика</i> **; <i>Цифровая логистика</i> **; <i>Цифровой банкинг</i> **; <i>Sharing экономика</i> **; <i>Индустрия цифровых коммуникаций</i> **; <i>Интернет вещей (IoT)</i> **;	Преддипломная практика;
ПК-4	Способен управлять проектами в области ИТ на основе полученных, планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров	Компьютерные инструменты в бизнес-аналитике (Big Data); Международные валютно-кредитные отношения; <i>Эмоциональный интеллект</i> **; <i>Основы предпринимательства</i> **; Анализ данных (Python); No-code; <i>Теория игр</i> **;	Преддипломная практика;
ПК-7	Способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	<i>Эмоциональный интеллект</i> **; <i>Основы предпринимательства</i> **; Карьера в цифровой экономике;	Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Работа с маркетплейсами» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	110		110
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические аспекты развития цифровой торговли	1.1	Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли. Классификация электронных трансакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли	ЛК, СЗ
Раздел 2	Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс	2.1	Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле. Классификация мо-делей цифровой торговли. Развитие розничной цифровой торговли в России. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития. Понятие маркетплейса. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли. Понятие прайс-менеджмента. Экономика и психология цены. Направления оптимизации цен. Наполнение сайта релевантными материалами. Составление контент-плана и графика публикаций. Процесс обработки поступивших ЛК, СЗ заказов. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание	ЛК, СЗ
Раздел 3	Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент	3.1	Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгов технологического процесса. Основные технологические схемы перемещения товаров. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли. Фулфилмент, дропшипинг, кроссдокинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы. Схема работы фулфилменткомпаний. Использование технологии дропшипинга предприятиями цифровой торговли. Управление складскими запасами. Управление современным даркстором: от процессов к продуктовому решению. Построение логистических цепочек при доставке «деньвдень»	ЛК, СЗ
Раздел 4	Эффективность в цифровой торговле	4.1	Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле. Комплексный подход к оценке экономической эффективности	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			организаций цифровой торговли. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле. Технологическая эффективность цифровой торговли.	
Раздел 5	Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле	5.1	Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле. Реклама в цифровой торговле. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг. Омниканальный маркетинг. Поисковая оптимизация (SEO). Юзабилити. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки	ЛК, СЗ
Раздел 6	Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли	6.1	Основы правового регулирования цифровой торговли. Основы правового регулирования дистанционной торговли. Специфика налогообложения в цифровой торговле. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике. Криптовалюта как объект гражданского права. Организация защиты прав потребителей. Права и обязанности участников цифровой торговли. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Безопасность в цифровой торговле	7.1	Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле. Риски в цифровой торговле. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели;	101 Ноутбук Asus F6A Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN

	доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Проекционный экран GEHA 244*244 Экран с электропроводом Draper 203*1 Акустическая система Defender Mercury 35 MkII Телевизор Philips
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	330 Мультимедиа проектор Casio XJ-M250 Экран настенный Digis Dsob-1106
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	аудитория Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. 27 аудитория Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. 29 аудитория Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. стационарные персональные компьютеры с пакетом Microsoft Office 2007 20 штук; 432 аудитория Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. стационарные персональные компьютеры с пакетом Microsoft Office 2007 20 штук

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510588> (дата обращения: 29.04.2023).

2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301> (дата обращения: 29.04.2023).

3. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П.

Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15921-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510285> (дата обращения: 29.04.2023).

4. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 441 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513521> (дата обращения: 29.04.2023).

Дополнительная литература:

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371223>.

2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978- 5-8199-0507-4. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>

3. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=374316>

4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510957> (дата обращения: 29.04.2023). 4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511454> (дата обращения: 29.04.2023).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Работа с маркетплейсами».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Работа с маркетплейсами» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент, к.э.н.

Должность, БУП

Подпись

Главина Софья

Григорьевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Должность БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Руководитель программы

Должность, БУП

Подпись

Главина Софья

Григорьевна

Фамилия И.О.