

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.05.2024 17:56:00
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

E-COMMERCE – ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Стратегическое управление в сфере торговли» входит в программу магистратуры «E-commerce – Электронная коммерция» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 5 разделов и 13 тем и направлена на изучение методов и инструментов, которые помогают компаниям в определении своей миссии, целей и стратегий развития в условиях рыночной конкуренции.

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональной компетенции в области стратегического управления в сфере торговли и обеспечение, в рамках возможностей курса, развития общекультурных и общепрофессиональных компетенций у обучающихся

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Стратегическое управление в сфере торговли» 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)
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	
ПКО-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Стратегическое управление в сфере торговли» относится к обязательной части 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 «Стратегическое управление в сфере торговли».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G); Цифровая экономика; Эконометрика (продвинутый курс); <i>Управление проектами**</i> ; <i>Управление отделом продаж**</i> ;	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G); <i>Управление проектами**</i> ; <i>Управление отделом продаж**</i> ; НИРМ;	Преддипломная практика;
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	НИРМ; Микроэкономика (продвинутый курс); Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G);	Преддипломная практика;
ПКО-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	НИРМ; Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G); Цифровая экономика; IT-системы E-commerce; Digital-маркетинг и продвижение; <i>Правовое регулирование хозяйственной деятельности**</i> ; <i>Правовое регулирование ВЭД**</i> ; <i>Управление проектами**</i> ; <i>Управление отделом продаж**</i> ; <i>Управление интернет-магазинами и маркетплейсами**</i> ; <i>Управление цифровым продуктом**</i> ;	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 «Стратегическое управление в сфере торговли» 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)	
			3.1	3.2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	68		36	32
Лекции (ЛК)	18		18	0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		18	16
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	34		18	16
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	42		18	24
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	72	72
	зач.ед.	4	2	2

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 основы стратегического управления	1.1	Определение основных понятий курса, их сущности и функций. Особенности стратегического управления в торговле, в т.ч. в e-commerce	ЛК, СЗ
		1.2	Основные этапы разработки стратегии организации и базовая модель стратегического управления. Стратегическое управление организацией на основе системы сбалансированных показателей	ЛК, СЗ
		1.3	Цель организации. Формулировка и установление целей организации. Цели по SMART. Этапы разработки стратегии	ЛК, СЗ
Раздел 2	Анализ внутреннего состояния организации и ее внешней среды	2.1	Анализ макросреды организации. Техника анализа STEEP. Отраслевой конкурентный анализ	ЛК, СЗ
		2.2	Анализ внутреннего состояния организации. SWOT - анализ: оценка сильных и слабых сторон компании, учет внешних возможностей и угроз. Ключевые показатели деятельности организации	ЛК, СЗ
Раздел 3	Основные виды корпоративных стратегий в торговле	3.1	Анализ факторов, определяющих выбор стратегии. Стратегическая пирамида. Подходы к выбору корпоративной стратегии фирмы. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования	ЛК, СЗ
		3.2	Выбор стратегии развития. Как работать с маркетингплэйсами (кейсы)	ЛК, СЗ
Раздел 4	Стратегии электронной коммерции для развития бизнеса	4.1	Виды стратегий электронной коммерции	ЛК, СЗ
		4.2	Как собрать команду проекта и как ей эффективно управлять	ЛК, СЗ
		4.3	Ресурсы для развития бизнеса в электронной среде	ЛК, СЗ
		4.4	Отраслевые бизнесы в электронной торговле	ЛК, СЗ
Раздел 5	Обоснование и выбор стратегической позиций организации	5.1	Выбор стратегии организации в зависимости от ее размера и положения в конкурентной среде. Матрица Бостонской консультативной группы. Матрица General Electric u McKinsey. ADL-LC (Life Cycle)– матрица Артура Д. Литтла.	ЛК, СЗ
		5.2	Формирование стратегии развития бизнеса в электронной среде	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)

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; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Проектор и ноутбук
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.	Проектор и ноутбук
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 для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>

2. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.

Дополнительная литература:

1. Mobile commerce в России: разработка и маркетинг для продаж через мобильные устройства <http://omni-solutions.ru/ecomguide>

2. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 290 с.

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/elsevier/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Стратегическое управление в сфере торговли».

* - 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 «Стратегическое управление в сфере торговли» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Фирсов Дмитрий <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/>  <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
--	---	---

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/>  <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	---	---