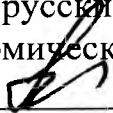


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


_____ В.Ю.Шутилин
“ 28 ” 06 _____ 20 19 г.

Регистрационный № УД 2886-19 /уч.

КОММЕРЦИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1 – 25 80 09 «Коммерция»

СОСТАВИТЕЛИ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Свирейко Н.Е., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Флерко С.Л., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Паньшин Б.Н., профессор кафедры экономической информации Белорусского государственного университета, доктор технических наук, профессор.

Акулич И.Л., заведующий кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 10 мая 2019 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.19).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Коммерция в цифровой экономике» разработана для обучающихся по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» в соответствии с образовательным стандартом специальности и типовым учебным планом.

Цифровая экономика является базой развития в целом и оказывает воздействие на такие разнообразные отрасли как банковская, торговля, транспорт, энергетика, образование, здравоохранение и многие другие. Цифровые технологии, такие как интернет вещей (IoT), большие данные (big data), использование мобильных устройств и девайсов преобразуют способы социального взаимодействия, экономические отношения, институты. Появляются новые способы кооперации и координации экономических агентов для совместного решения определенных задач. Появляющиеся новые модели ведения бизнеса, сетевые структуры, основывающиеся на коллективных методах производства и потребления, трансформируют традиционные рыночные отношения и требуют выработки новых решений в области управления современной организацией. Дальнейшее развитие цифровых технологий имеет значение для всей экономики в целом, а также для сферы торговли. Важность развития цифрового сектора для национальной экономики подтверждается тем, что Республика Беларусь реализует комплексные и довольно масштабные программы, нацеленных на развитие цифровых секторов своей экономики, созданию новых рабочих мест, повышению конкурентоспособности.

Применение цифровых технологий для реализации товаров и услуг, образования граждан позволит всему обществу приобрести так называемые «цифровые дивиденды», под которыми понимается рост национального благосостояния, материальная прибыль. Это определяет актуальность и целесообразность изучения на II ступени высшего образования учебной дисциплины «Коммерция в цифровой экономике».

Цель учебной дисциплины «Коммерция в цифровой экономике» заключается в развитии у студентов экономического мышления, изучении ими последствий внедрения информационно-коммуникационных технологий в сферу торговли и соответственно новых особенностей торговой деятельности в современной экономической среде.

Задачами изучения учебной дисциплины являются:

- теоретическая подготовка будущих специалистов коммерции, которая позволила бы им изучать и применять цифровые технологии в практической деятельности, распознавать движущие силы процессов цифровой трансформации;
- формирование профессиональных компетенций для принятия управленческих и инновационных решений по вопросам развития организации;
- подготовка компетентных квалифицированных кадров, хорошо представляющих инновационные процессы, которые происходят в современной глобальной экономике в целом, и в торговле в частности.

Учебная дисциплина «Коммерция в цифровой экономике» опирается на знания и компетенции, полученные при изучении учебных дисциплин «Коммерческая деятельность», «Менеджмент отрасли», «Электронная коммерция».

Магистр должен обладать следующими компетенциями:

УК – 8 Обладать навыками использования современных информационных технологий для решения научно-исследовательских и инновационных задач.

УПК – 4 Уметь разрабатывать и реализовывать инновационные и верчурные проекты, формировать и развивать конкурентные преимущества организации на основе инновационных решений, осваивать новые сегменты рынка инновационных продуктов и услуг.

В результате изучения учебной дисциплины «Коммерция в цифровой экономике» обучающийся должен:

знать:

- сущность цифровой экономики и основные процессы, характеризующие данный тип экономики;
- влияние цифровой трансформации на коммерцию;
- новые способы кооперации и координации коммерческих агентов для совместного решения определенных задач;
- современные тренды развития коммерции;
- особенности внедрения технологий Торговли 4.0.

уметь:

- выявлять закономерности, возникающие в процессе трансформации коммерции под воздействием эволюции цифровых технологий;
- давать оценку внедрению новых видов услуг и технологий поддержки клиентов;
- анализировать результаты внедрения информационно-коммуникационных технологий в деятельность организации;
- анализировать изменения, происходящие по мере роста бизнеса в организации, работающей в условиях цифровой экономики;
- анализировать тенденции и перспективы развития коммерции в новой экономической среде;

владеть:

- профессиональной экономической и управленческой терминологией и лексикой;
- навыками анализа факторов успеха и рисков коммерции;
- навыками анализа возможностей сокращения горизонтальных цепочек создания стоимости, перехода на кастомизированные продукты, услуги и персонифицированное обслуживание;
- принципами эффективного управления бизнес-моделями в торговле в результате цифровой трансформации;

- навыками профессиональной аргументации при разборе вариантов внедрения информационно-коммуникационных технологий в деятельность организации.

В соответствии с учебным планом очной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 108 часов, из них аудиторных занятий 36 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 18 часов; лабораторных занятий – 12 часов; семинарских занятий – 6 часов.

В соответствии с учебным планом заочной формы получения высшего образования по специальности 1 25 80 09 «Коммерция» учебная программа рассчитана на 108 часов, из них аудиторных занятий 10 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 4 часа; лабораторных занятий – 4 часа, семинарских занятий – 2 часа.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Цифровая трансформация экономики

Влияние цифровой трансформации на экономику. Трансформация как экономическое явление и процесс.

Понятие и сущность цифровой экономики. Закономерность становления и характерные черты цифровой экономики. Развитие теории индустриальной, постиндустриальной и цифровой экономики в научных школах. Технологии роста. Взаимосвязь реальной и цифровой экономики. Критерии отнесения экономической системы к цифровой. Информация как структурообразующий элемент цифровой экономики. Свойства информации.

Модель формирования цифровой экономики. Социальная направленность экономического развития.

Теоретико-методологические подходы к исследованию цифровой экономике. Критерии оценки уровня развития цифровой экономики. Катализаторы цифровой экономики. Цифровая экономика как элемент национальной экономической системы. Отраслевая структура цифровой экономики.

Развитие цифровой экономики как один из государственных приоритетов роль государства в поддержании международной конкурентоспособности национальной цифровой экономики. Информационно-коммуникационная структура Беларуси.

Тема 2. Потребление в цифровой экономике

Основные подходы к определению категории «потребление». Предпосылки трансформации потребления и особенности ее проявления. Содержание трансформации потребления в рамках информационной парадигмы. Влияние информационного фактора на отношения потребителя.

Системные преобразования в системе потребления в цифровой экономике. Модификация поведения потребителей в цифровой экономике. Активизация роли потребителей и их основные характеристики. Усложнение механизма принятия потребительских решений. Влияние информационно-коммуникационных технологий на поведение потребителей.

Формирование новых возможностей потребления на основе информационных технологий. Диверсификация потребительского спроса. Основные факторы, определяющие креативность потребителя. Расширение потребительского выбора на рынке благ.

Направления трансформации потребления в цифровой экономике. Типология потребителей с учетом инновационности. Новые средства

потребления. Интернационализация потребления. Глобальный потребительский спрос.

Тема 3. Торговля 4.0

Задачи информационных технологий в коммерции. Принципы цифровой трансформации торговли.

Тенденции в области информационных технологий, используемых в торговле. Коммерческое использование датчиков и цифровых идентификаторов (исполнительные устройства, оптические датчики). Технологии радиочастотной идентификации.

Формирование «умной» среды в торговле. Создание положительного опыта. Киберфизические системы (CPS).

Однозначная идентификация товаров. Беспроводные технологии сбора данных (коммуникации ближнего поля, радиочастотная идентификация)

Технологии цифровой памяти объектов и повышение доверия клиентов к товару и товарному знаку.

Поддержка клиентов в процессе совершения покупки. Управление перечнем покупок (Shopping List Management). Применение методов локализации. Технологии предоставления информации о товаре. Технологии управления корзиной для покупок (Shopping Basket Management). Технологии погашения купонов (Coupon Redemption).

Изменение процесса совершения покупки. Интеграция клиентоориентированных сервисов.

Тема 4. Тренды электронной коммерции

Технологии «Интернет вещей» (IoT, Internet of Things).

Взаимодействие с клиентами (методы P2P). Основные элементы информационно-технического обслуживания нового поколения (гибкая архитектура приложений, основанная на потребностях автоматизированная инфраструктура, постоянная оптимизация затрат).

Искусственный интеллект в деятельности интернет-магазинов. Возможности чат-ботов, голосовой поиск.

Технология In-Memory и возможности мгновенного вычисления релевантных показателей на основе большого объема данных. Сбор информации о поведении покупателя. Алгоритмы кластеризации. Индивидуальные предложения.

Мультиканальность. Внедрение поиска по изображениям, разработка новых способов презентации товаров. Сторителлинг. Использование электронной почты, новых методов доставки. Аналитические платформы.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЦИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»
ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | | Иное* | Форма контроля знаний |
|---------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------|-------------|-------------|-----------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСП | | | | |
| | | | | | | Лекции | ПЗ (СЗ) | Лаб занятия | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | 9 | 10 |
| 1 | Цифровая трансформация экономики | 4 | 2 | | | 2 | | | [2, 3, 5,6] | |
| 2 | Потребление в цифровой экономике | 4 | | | | | 2 | | [2, 4, 8] | |
| 3 | Торговля 4.0 | 2 | 2 | | 4 | 2 | | | [1, 8] | |
| 4 | Тренды электронной коммерции | 2 | | | 4 | 2 | | 4 | [4, 7, 9] | |
| | Всего часов | 12 | 4 | | 8 | 6 | 2 | 4 | | Зачет |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЦИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | | Иное* | Форма контроля знаний |
|------------------------|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------------|------------|---------------------|-----------------|--------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР | | | | |
| | | | | | | Лек- ции | ПЗ (СЗ) | Лаб заня- тия | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | Цифровая трансформация экономики | 2 | | | | | | | [2, 3, 5, 6] | |
| 2 | Потребление в цифровой экономике | 2 | | | | | | | [2, 4, 8] | |
| 3 | Торговля 4.0 | | | 2 | | | | | [1, 8] | |
| 4 | Тренды электронной коммерции | | | | 4 | | | | [4, 7, 9] | |
| | Всего часов | 4 | | 2 | 4 | | | | | Зачет |

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Коммерция в цифровой экономике»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к зачету.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Глэсс, Р., Торговля 4.0. Цифровая революция в торговле: стратегии, технологии, трансформация / Райнер Глэсс, Бернд Лейкерт; Пер. с нем. – М.: Альпина Паблишер, 2017.- 346 с.
2. Маркова, В.Д. Цифровая экономика: учебник /В.Д. Маркова – М.: ИНФРА-М, 2019.- 186 с.
3. Экономика информационного общества: практикум/ Кафедра экономики торговли – Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2018. – 31 с.
4. Электронная экономика: теория, модели, технологии / [Т.Н. Беляцкая и др.]. – Минск: БГУИР, 2016. – 252 с.

Дополнительная:

5. Иванцов, П.И. Инновационная экономика: теория, методология, практика / П.И. Иванцов. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. – 167 с.
6. Ковалев, М.М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: монография / М.М.Ковалев. – Минск: БГУ, 2018 – 327 с.
7. Лазарев, И.А. Новая информационная экономика и сетевые механизмы ее развития / И.А.Лазарев. – М.: Дашков и К^о, 2013. – 44 с.
8. Малахова, И.В. Потребление в информационной экономике XXI века / И.В. Малахова. – М.: МАКС Пресс, 2014.- 286 с.
9. Charlesworth, Alan. Digital Marketing: A Practical Approach. – New York: Routledge, 2018. – 353 p.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
| | | |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № ____ от
_____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

_____ Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
коммерции и туристической
индустрии

_____ А.И. Ерчак