**Введение**

В представленном УМК (ЭУМК) «Коммерция в цифровой экономике» объединены структурные элементы научно-методического обеспечения соответствующей учебной дисциплины, которое призвано обеспечить получение высшего профессионального образования, повысить его качество, и основано на результатах фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере торговли.

Автор УМК (ЭУМК): доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости БГЭУ Климченя Л.С., к.э.н., доцент.

Учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Коммерция в цифровой экономике» обеспечивает изучение учебной одноименной дисциплины, которая относится к числу специальных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов в сфере коммерции. Использование специалистами в своей профессиональной деятельности знаний в области новых технологий коммерции будет способствовать эффективной работе торговых организаций и предприятий на внешнем и внутреннем рынках.

Цель разработки УМК (ЭУМК) учебной дисциплины – научно-методическое обеспечение формирования профессиональных знаний в области коммерции, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения в условиях цифровизации экономики.

Задачи, решаемые методическим обеспечением:

* 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 торговли», «Электронная коммерция».

 Магистр должен обладать следующими компетенциями:

УПК – 4 Использовать информационно-коммуникационные технологии в коммерческой деятельности, формировать и развивать конкурентные преимущества организации на основе инновационных решений.

В результате изучения учебной дисциплины студент 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 Торговли4.0.

*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 процессе изучения учебной дисциплины рассматриваются общие моменты и особенности реализации цифровых технологий в коммерции, а также методы оценки и выбора наиболее эффективных инструментов коммерции на внешнем и внутреннем рынках, инструменты продвижения товаров в информационных сетях. Это позволит студентам получить необходимые знания и практические навыки использования современных информационно-коммуникационных технологий в коммерции.