**Вопросы к зачету**

**по учебной дисциплине «Коммерция в цифровой экономике»**

**специальности 7-06-0413-01 «Коммерция»**

1. Сущность трансформации экономики и ее пути.
2. Трансформационная экономика и формы ее проявления.
3. Становление теории цифровой (информационной) экономики.
4. Теоретико-методологические подходы к исследованию цифровой экономики.
5. Показатели развития цифровой экономики.
6. Взаимосвязь реальной и цифровой экономик.
7. Модель формирования цифровой экономики.
8. Технологии в области работы с данными, определяющие переход к цифровой экономике
9. Технологии в области производства, определяющие переход к цифровой экономике
10. Технологии в области взаимодействия с окружающей средой,определяющие переход к цифровой экономике
11. Подходы к определению категории «потребление»
12. Субъекты и объекты потребления. Виды потребления по субъекту и объекту потребления.
13. Характеристики потребительской деятельности.
14. Предпосылки трансформации потребления.
15. Пространственные (эндемические) особенности трансформации потребления
16. Темпоральные (временные) особенности трансформации потребления
17. Глобальные риски и их влияние на потребление.
18. Влияние информационного фактора на отношения потребления
19. Подходы к исследованию трансформации потребления.
20. Основные характеристики нового типа потребления информационного общества.
21. Изменения в потребительском поле взаимодействий
22. Феномен информатизации потребления.
23. Информационные каскады и их влияние на поведение потребителей.
24. Коллаборативная фильтрация как особая форму сотрудничества потребителей
25. Качественные характеристики современного потребителя.
26. Потребительская инновационность.
27. Сущность Торговли 4.0 и базовая концептуальная идея.
28. Мобильные технологии и приложения, создающие интегрированный персональный опыт.
29. Интернет вещей (Internet of Things) и его возможности в коммерции
30. Интеллектуальное торговое оборудование и его функционал
31. AR и VR-технологии в коммерции
32. Системы управления клиентским опытом
33. Персонализация и взаимодействие с клиентами в электронной коммерции
34. Искусственный интеллект (AI), помощники и чат-боты в электронной коммерции
35. Интерактивная визуализация продукта и ее роль в торговом обслуживании
36. Оптимизация коммерческих операций под мобильные устройства
37. Омниканальность продаж: сущность, принципы, преимущества
38. Социальные сети как инструмент коммерции.
39. Прогнозирующая аналитика как инструмент электронной коммерции