

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.06.2022 16:36:07
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939b5070e2a994ae08a

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

Высшая школа промышленной политики и предпринимательства

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегическое управление в сфере торговли

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 – Экономика

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

Цифровая магистратура E-commerce – Электронная коммерция

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Стратегическое управление в сфере торговли» 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 «Цифровая экономика» 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
		УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения заявленной цели	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
		УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;
		УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;
		УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания для решения прикладных и/или исследовательских задач;
		ОПК-1.3. Владеет навыками выбора методов решения практических и исследовательских задач на основе фундаментальных экономических знаний;
ПК-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в	ПК-1.2. Способен разрабатывать системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПКО-1.3. Способен формировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Стратегическое управление в сфере торговли» относится к вариативной компоненте обязательной части/части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Микроэкономика Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G) Управление проектами	-
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения заявленной цели	Цифровая экономика Технологии ведения переговоров и презентаций Digital-маркетинг и продвижение	-
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	Эконометрика (продвинутый курс) Профессиональный иностранный язык	Подготовка оформления и защита выпускной квалификационной работы
ПК-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в информационно-	Управление интернет-магазинами и маркетплейсами IT-системы E-commerce	НИРМ

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	телекоммуникационной сети «Интернет»		

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Стратегическое управление в сфере торговли» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНОЙ формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36			36	
в том числе:					
Лекции (ЛК)	18			18	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18			18	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	90			90	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18			18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144		144	
	зач.ед.	4		4	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Теоретические основы стратегического управления	Тема 1.1. Определение основных понятий курса, их сущности и функций. Особенности стратегического управления в торговле, в т.ч. в e-commerce	ЛК
	Тема 1.2. Основные этапы разработки стратегии организации и базовая модель стратегического управления. Стратегическое управление организацией на основе системы сбалансированных показателей	ЛК
	Тема 1.3 Цель организации. Формулировка и установление целей организации. Цели по SMART. Этапы разработки стратегии	СЗ
Раздел 2. Анализ внутреннего состояния организации и ее внешней среды	Тема 2.1. Анализ макросреды организации. Техника анализа STEEP. Отраслевой конкурентный анализ	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Анализ внутреннего состояния организации. SWOT - анализ: оценка сильных и слабых сторон компании, учет внешних	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	возможностей и угроз. Ключевые показатели деятельности организации	
Раздел 3. Основные виды корпоративных стратегий в торговле	Тема 3.1 Анализ факторов, определяющих выбор стратегии. Стратегическая пирамида. Подходы к выбору корпоративной стратегии фирмы. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования.	ЛК
	Тема 3.2 Выбор стратегии развития. Как работать с маркетплейсами (кейсы)	СЗ
Раздел 4 Стратегии электронной коммерции для развития бизнеса	Тема 4.1 Виды стратегий электронной коммерции	ЛК
	Тема 4.2 Как собрать команду проекта и как ей эффективно управлять	СЗ
	Тема 4.3 Ресурсы для развития бизнеса в электронной среде	ЛК, СЗ
	Тема 4.4 Отраслевые бизнесы в электронной торговле	ЛК, СЗ
Раздел 5 Обоснование и выбор стратегической позиций организации	Тема 5.1 Выбор стратегии организации в зависимости от ее размера и положения в конкурентной среде. Матрица Бостонской консультативной группы. Матрица General Electric и McKinsey. ADL-LC (Life Cycle)– матрица Артура Д. Литтла.	ЛК, СЗ
	Тема 5.2 Формирование стратегии развития бизнеса в электронной среде	СЗ

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; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Не требуется
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и	Не требуется

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Не требуется

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.
2. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 290 с.

Дополнительная литература:

1. Mobile commerce в России: разработка и маркетинг для продаж через мобильные устройства <http://omni-solutions.ru/ecomguide>
2. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров/ Б.Г. Литвак – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 507 с. (Серия: Бакалавр. Базовый курс)

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>
 - Российская государственная библиотека. <http://www.rsl.ru/> -
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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

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

2. Презентационные материалы по курсу «Стратегическое управление в сфере торговли»

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.

РАЗРАБОТЧИКИ:

доцент кафедры «Прикладная экономика»

Должность, БУП



Подпись

А.А. Островская

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

кафедры «Прикладная экономика»

Наименование БУП



А.А. Чурсин

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

доцент кафедры «Прикладная экономика»

Должность, БУП



Подпись

А.А. Островская

Фамилия И.О.