

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Ритейл-маркетинг в цифровой экономике

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки / специальность

38.04.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы

Маркетинг в цифровой экономике

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.03 Ритейл-маркетинг в цифровой экономике относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-3: Способен осуществлять экспертизу результатов закупок в части проверки качества представленных товаров, работ, услуг	<p>ПК-3.1: ИД-1ПК-3 Проверяет соблюдение условий контракта</p> <p>ПК-3.2: ИД-2 ПК-3 Анализирует качество представленных товаров, работ, услуг</p>	<p>ПК-3.1: ИД-1ПК-3 У1 (ПК-3) Уметь определять наиболее важные условия договора поставки и последствия их реализации</p> <p>31 (ПК-3) Знать структуру и основные условия договора поставки</p> <p>В1 (ПК-3) Владеть навыками использования цифровых инструментов для целей заключения контракта</p> <p>ПК-3.2: ИД-2 ПК-3 У2 (ПК-3) Уметь анализировать воспринимаемое потребителем качество товара</p> <p>32 (ПК-3) Знать характеристики качества товара</p> <p>В2 (ПК-3) Владеть навыками работы с отрицательными отзывами на качество товаров и услуг</p>	<p>Задания</p> <p>Опрос</p> <p>Тест</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Задания</p>
ПК-4: Готов разрабатывать, реализовывать и развивать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>ПК-4.1: ИД-1ПК-4 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации</p> <p>ПК-4.2: ИД-2 ПК-4 Разрабатывает, внедряет и</p>	<p>ПК-4.1: ИД-1ПК-4 У1 (ПК-4) Уметь определять подходы к формированию ассортимента организации</p> <p>31 (ПК-4) Знать основные направления развития рынков товаров и услуг</p> <p>В1 (ПК-4) Владеть навыками</p>	<p>Задания</p> <p>Опрос</p> <p>Тест</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Задания</p>

	<p>совершенствует политику ценообразования в организации</p> <p>ПК-4.3: ИД-3 ПК-4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и бытовой политики в организации</p> <p>ПК-4.4: ИД-4 ПК-4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>анализа ассортимента организации</p> <p>ПК-4.2: ИД-2 ПК-4 У2 (ПК-4) Уметь выбирать наиболее эффективные для организации инструменты предоставления персонализированных скидок и бонусных программ</p> <p>32 (ПК-4) Знать современные инструменты предоставления персонализированных скидок и бонусных программ</p> <p>В2 (ПК-4) Владеть навыками разработки и внедрения программ предоставления персонализированных скидок и бонусных программ</p> <p>ПК-4.3: ИД-3 ПК-4 У3 (ПК-4) Уметь определять актуальность использования современных каналов сбыта товаров в организации</p> <p>33 (ПК-4) Знать современные каналы сбыта товаров с онлайн-овых и офлайн-овых организаций</p> <p>В3 (ПК-4) Владеть навыками разработки и внедрения современных каналов сбыта</p> <p>ПК-4.4: ИД-4 ПК-4 У4 (ПК-4) Уметь выбирать современные способы рекламы и продвижения товаров и услуг в рамках цифровой экономики</p> <p>34 (ПК-4) Знать современные способы рекламы и продвижения товаров и услуг в рамках цифровой экономики</p> <p>В4 (ПК-4) Владеть навыками разработки и проведения рекламных мероприятий и мероприятий по продвижению товаров в рамках цифровой экономики</p>		
ПК-6: Способен к управлению	ПК-6.1: ИД-1 ПК-6	ПК-6.1:	Задания	

функциями маркетинга организации	<p>Планирует функции маркетинга организации ПК-6.2: ИД-2 ПК-6 Организует и координирует функции маркетинга организации ПК-6.3: ИД-3 ПК-6 Осуществляет контроль функций маркетинга организации с целью повышения ее эффективности</p>	<p>ИД-1ПК-6 У1 (ПК-6) Уметь определять состав работ, необходимых для реализации функций маркетинга в организации 31 (ПК-6) Знать основные функции маркетинга и особенности их планирования в условиях цифровой экономики В1 (ПК-6) Владеть навыками и цифровыми инструментами календарного планирований при реализации функций маркетинга</p> <p>ПК-6.2: ИД-2 ПК-6 У2 (ПК-6) Уметь определять состав работ, необходимых для реализации функций маркетинга, передаваемых на аутсорсинг 32 (ПК-6) Знать особенности организации и координации функций маркетинга в условиях цифровой экономики В2 (ПК-6) Владеть навыками поиска посредников для выполнения работ по реализации функций маркетинга.</p> <p>ПК-6.3: ИД-3 ПК-6 У3 (ПК-6) Уметь определять показатели для контроля реализации функций маркетинга 33 (ПК-6) Знать приемы контроля реализации функций маркетинга в условиях цифровой экономики В3 (ПК-6) Владеть навыками принятия решений по результатам контроля функций маркетинга</p>	Опрос Тест	Экзамен: Контрольные вопросы Задания
----------------------------------	--	--	---------------	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
--	-------

Общая трудоемкость, з.е.	4
Часов по учебному плану	144
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24
- КСР	2
самостоятельная работа	40
Промежуточная аттестация	72 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1 Ритейл маркетинг и тенденции его развития	17	1	6	7	10
Тема 2 Традиционные и интернет-магазины: особенности развития в цифровой экономике	18	2	6	8	10
Тема 3 Маркетплейсы как новые каналы сбыта товара	18	2	6	8	10
Тема 4 Программы лояльности с использованием цифровых технологий	17	1	6	7	10
Аттестация	72				
КСР	2				2
Итого	144	6	24	32	40

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1 Ритейл маркетинг и тенденции его развития

Ритейл-маркетинг - маркетинг для розничной торговли. Тенденции развития ритейл маркетинга в условиях цифровой экономики. Факторы конкурентоспособности магазина в условиях цифровой экономики: ассортимент, цена, каналы сбыта, реклама. Функции маркетинга (аналитическая, производственная, сбытовая, управление и контроль) и особенности их реализации в условиях цифровой экономики. Использование аутсорсинга при реализации функций маркетинга.

Тема 2 Традиционные и интернет-магазины: особенности развития в цифровой экономике

Тенденции развития торговли офлайн. Тенденции в развитии онлайн-торговли. Обновление и оптимизация ассортимента. Методы анализа ассортимента. Понятие, виды и функционал интернет-магазина. Особенности интернет-торговли различными видами товаров. Взаимодействие офлайн и онлайн магазинов. Торговля продуктами питания офлайн и онлайн. Формирование удовлетворенности

потребителей и проблема последней мили. Бизнес-экосистемы.

Тема 3 Маркетплейсы как новые каналы сбыта товара

Понятие, виды и функции маркетплейсов. Инфраструктура маркетплейсов. Модели работы продавца с маркетплейсом. Карточки товаров и работа с отзывами на маркетплейсе. Каталоги и фильтры на маркетплейсе. Формирование цены за услуги маркетплейса. Доставка товара потребителям. Способы доставки. Претензии и возврат товаров. Продвижение товаров на маркетплейсе: задачи и приемы. Аналитика маркетплейсов.

Тема 4 Программы лояльности с использованием цифровых технологий

Лояльность потребителя и инструменты ее формирования: особенности в условиях цифровой экономики. Цены и скидки для потребителей. Скидочные карты: физические и виртуальные карты. Кэшбэк-сервисы для онлайн и офлайн покупок. Рассрочка онлайн. Динамическое ценообразование. Разработка программ лояльности с использованием цифровых технологий

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Ритейл-маркетинг в цифровой экономике"

(<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10053>).

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Задание 1 Укажите, в каких ситуациях и при каких условиях вы предпочтете в будущем или реально использовали в прошлом те или иные способы доставки.

Например, «курьерская доставка удобна в период пандемии, т.к. не так уж важно в какое конкретное время придет курьер, но при обычном режиме работы это не удобно» или «в районе проживания отсутствуют постоматы нужной сети...»

Постарайтесь писать подробно, указывая разные ситуации, известные вам из своего опыта или опыта других покупателей.

Способ доставки	Непродовольственные товары	Продовольственные товары
Курьерская		
Пункт вывоза заказа (ПВЗ)		

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

Задание 2 Вы предполагаете открыть пункт ПВЗ для Wildberries. Ответьте на следующие вопросы.

1. Где будет находиться пункт? Выберите местоположение в Нижнем Новгороде, используя карту <https://pvz-stat-map.wildberries.ru/#15/55.7424/37.6329> с учетом востребованности ПВЗ в Нижнем Новгороде. Опишите путь проезда к ПВЗ, исходя из правил маркетплейса <https://point.wb.ru/docs/requirements../.../..files/brandbook.pdf> Какова примерная стоимость аренды в данном районе для помещения с необходимыми размерами?

2. Выберите фотографию фасада помещения, которое могло бы подойти для ПВЗ (кроме действующих пунктов) и определитесь с затратами на ремонт и вывеску. Требования к вывеске и ремонту - <https://point.wb.ru/docs/requirements../.../..files/brandbook.pdf>

3. Выберите фотографию внутреннего вида помещения, пригодного для ПВЗ (кроме действующих пунктов) и определитесь с затратами на ремонт. Требования к ремонту помещения <https://point.wb.ru/docs/requirements../.../..files/brandbook.pdf>

4. Ознакомьтесь со списком мебели и оборудования <https://point.wb.ru/docs/requirements../.../..files/brandbook.pdf> https://point.wb.ru/docs/oferta/index_1.html. Рассчитайте примерную цену такого комплекта

5. Сделайте примерный прогноз выручки, оплаты сотрудников, налога (ИП), возможных штрафов. https://point.wb.ru/docs/oferta/index_2.html https://point.wb.ru/docs/oferta/index_3.html <https://point-promo.wb.ru/#calculator> Выручка, очевидно, будет постепенно увеличиваться в первые 3 месяца. Примерное количество заказов в день при полной загрузке около 150 шт.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Выберите группу товаров по вашему усмотрению. Найдите 2 интернет магазина, предлагающие данную группу товаров. Желательно, чтобы магазины различались по размеру/количеству брендов/широте ассортимента и пр. Например, маркетплейс и магазин, специализирующийся на данной группе товаров.

2. Проанализируйте и сравните

- каталоги по выбранной группе товаров. Как упорядочен каталог (по типу, назначению, брендам, смешанный вариант)? Какова глубина структуры каталога? Сколько товаров представлено на нижнем уровне каталогов? Какие рубрики есть в каталоге по данному товару (изучите небольшую часть каталога по данному виду товара)?

- фильтры по выбранной группе товара. Какие именно виды фильтров и группы фильтров использованы? Можно ли выбирать более 1 значения по каждому фильтру? Выбор производится путем проставления галочек в списке, введением значения вручную,

передвижением флажка на шкале? Насколько исчерпывающими являются списки вариантов каждого признака? Вам не хватает каких-то вариантов? Список виден полностью или требует раскрытия? Удобно ли сбрасывать фильтры или отслеживать, какие именно фильтры выставлены?

- теги по выбранной группе товара. Какие теги предлагается использовать? Бренды? Сочетания нескольких характеристик? Что-то другое?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Торговля продуктами питания онлайн как современное направление развития Интернет-торговли

2. Организация доставки продуктов питания из интернет-магазинов

3. Организация поиска товара на маркетплейсе: каталоги и фильтры
4. Работа с отзывами потребителей на маркетплейсе: основные подходы
5. Цены, скидки и акции для потребителей на маркетплейсе
6. Акции продавца на маркетплейсе
7. Глобальные акции маркетплейса
8. Предоставление рассрочки на покупки онлайн
9. Разработка программ лояльности: основные подходы
10. Фактическое и воспринимаемое качество товара: влияние на ожидания и удовлетворенность
11. Повышение воспринимаемого качества товара как результат маркетинговых мероприятий
12. Особенности онлайн рынка отдельных видов товаров: книжный рынок
13. Особенности онлайн рынка отдельных видов товаров: фармацевтический рынок

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Динамическое ценообразование онлайн
2. Персонализированное ценообразование онлайн
3. Цифровые бизнес-экосистемы: особенности маркетинга
4. Тенденции развития офлайн торговли в современной экономике
5. Развитие розничных торговых сетей в современной экономике
6. Развитие магазинов формата «у дома» в современной экономике
7. Гипермаркеты в условиях современной экономики
8. Обновление ассортимента магазина и его влияние на конкурентоспособность
9. Оптимизация ассортимента: основные методы и возможность их автоматизации
10. Интернет-магазины: виды и особенности
11. Последняя миля: формирование удовлетворенности потребителей
12. Маркетплейсы: понятие и виды
13. Тенденции развития рынка маркетплейсов
14. Специализированные маркетплейсы
15. Спектр услуг, оказываемых маркетплейсом
16. Основные модели взаимодействия с продавцом на маркетплейсах
17. Поставка товара на маркетплейс: фулфилмент маркетплейса
18. Поставка товара на маркетплейс: торговля со склада продавца
19. Ценообразование на услуги маркетплейса

20. Карточки и описание товара: возможности маркетплейса
21. Каналы доставки товара с маркетплейса: виды и особенности
22. Курьерская и экспресс доставка интернет-заказов
23. Пункты вывоза заказа: виды и особенности
24. Работа с претензиями потребителей: возврат товара и денег.
25. Продвижение товаров на маркетплейсе: основные подходы
26. Формирование лояльности потребителей: новые инструменты

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Маркетинг в рознично торговле: отраслевые особенности
2. Влияние цифровых технологий на развитие маркетинга в торговле: основные тенденции
3. Особенности формирования ассортимента магазина в цифровой экономике
4. Особенности формирования цены товаров и услуг в цифровой экономике
5. Особенности развития каналов сбыта в цифровой экономике
6. Многообразие новых способов рекламы и продвижения товаров в цифровой экономике
7. Аналитическая функция маркетинга и ее изменения в цифровой экономике
8. Производственная функция маркетинга и ее изменения в цифровой экономике
9. Сбытовая функция маркетинга и ее изменение в цифровой экономике
10. Управление и контроль маркетинга в цифровой экономике
11. Аутсорсинг как способ реализации функций маркетинга
12. Функции и задачи, передаваемые на аутсорсинг в сфере маркетинга
13. Мерчандайзинг как элемент ритейл-маркетинга и возможности его применения онлайн
14. Возможности и ограничения онлайн торговли различными видами товаров
15. Тенденции развития онлайн-торговли в современной экономике
16. Методы взаимодействия офлайн и онлайн магазинов

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
отлично	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания

Оценка	Критерии оценивания
	по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера. Ответ логичен и обоснован,
хорошо	обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Допущены неточности непринципиального характера
удовлетворительно	Обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы
неудовлетворительно	обучающийся при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	обучающийся демонстрирует полное незнание материала или отказывается отвечать

5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Организатором проведения акций на маркетплейсе могут выступать: А) продавцы; Б) маркетплейс; В) продавцы или маркетплейс; Г) акции не проводятся.
2. Кто может выбрать товар для участия в акции на маркетплейсе? А) только продавец; Б) только маркетплейс; В) продавец и реже маркетплейс.

5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Продажа каких товаров онлайн в настоящее время запрещена (или ведется ограниченно в режиме эксперимента): А) печатные издания; Б) автомобили; В) рецептурные лекарства; Г) продукты питания..
2. Если маркетплейс предоставляет возможность разместить карточку товара, заказать и оплатить его, передает продавцу информацию о заказах и переводит денежные средства, а продавец самостоятельно хранит товар и полностью осуществляет все операции по доставке товара потребителю, то речь идет о модели: А) FBS; Б) FBO; В) дропшиппинга; Г) закажи и заberi.

5.1.9 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Какое из утверждений не относится к характеристикам «дарксторов»? А) В помещение даркстора нет покупателей; Б) В помещении даркстора нет кассовых аппаратов и рекламной

продукции; В) Дарксторы располагаются на окраине города, где стоимость аренды помещений дешевле; Г) Дарксторы имеют небольшую площадь.

2. При продажах на маркетплейсе закончился товар. В связи с этим А) Маркетплейс оштрафует продавца; Б) карточка упадет вниз в поисковой выдаче; В) маркетплейс скроет карточку; Г) Ничего не произойдет.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	98-100%
отлично	91-98%
очень хорошо	81-90%
хорошо	72-80%
удовлетворительно	60-71%
неудовлетворительно	46-59%
плохо	45% и менее

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений.	При решении стандартных задач не	Продемонстрированы основные	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все основные

	Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Торговля продуктами питания онлайн как современное направление развития Интернет-торговли
2. Организация доставки продуктов питания из интернет-магазинов
3. Организация поиска товара на маркетплейсе: каталоги и фильтры
4. Работа с отзывами потребителей на маркетплейсе: основные подходы
5. Цены, скидки и акции для потребителей на маркетплейсе
6. Акции продавца на маркетплейсе
7. Глобальные акции маркетплейса
8. Предоставление рассрочки на покупки онлайн
9. Разработка программ лояльности: основные подходы
10. Фактическое и воспринимаемое качество товара: влияние на ожидания и удовлетворенность
11. Повышение воспринимаемого качества товаров как результат маркетинговых мероприятий
12. Особенности онлайн рынка отдельных видов товаров: книжный рынок
13. Особенности онлайн рынка отдельных видов товаров: фармацевтический рынок

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-4

1. Динамическое ценообразование онлайн
2. Персонализированное ценообразование онлайн
3. Цифровые бизнес-экосистемы: особенности маркетинга
4. Тенденции развития офлайн торговли в современной экономике
5. Развитие розничных торговых сетей в современной экономике
6. Развитие магазинов формата «у дома» в современной экономике
7. Гипермаркеты в условиях современной экономики
8. Обновление ассортимента магазина и его влияние на конкурентоспособность
9. Оптимизация ассортимента: основные методы и возможность их автоматизации
10. Интернет-магазины: виды и особенности
11. Последняя миля: формирование удовлетворенности потребителей
12. Маркетплейсы: понятие и виды
13. Тенденции развития рынка маркетплейсов
14. Специализированные маркетплейсы
15. Спектр услуг, оказываемых маркетплейсом

16. Основные модели взаимодействия с продавцом на маркетплейсах

17. Поставка товара на маркетплейс: фулфилмент маркетплейса

18. Поставка товара на маркетплейс: торговля со склада продавца

19. Ценообразование на услуги маркетплейса

20. Карточки и описание товара: возможности маркетплейса

21. Каналы доставки товара с маркетплейса: виды и особенности

22. Курьерская и экспресс доставка интернет-заказов

23. Пункты вывоза заказа: виды и особенности

24. Работа с претензиями потребителей: возврат товара и денег.

25. Продвижение товаров на маркетплейсе: основные подходы

26. Формирование лояльности потребителей: новые инструменты

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

1. Маркетинг в розничной торговле: отраслевые особенности

2. Влияние цифровых технологий на развитие маркетинга в торговле: основные тенденции

3. Особенности формирования ассортимента магазина в цифровой экономике

4. Особенности формирования цены товаров и услуг в цифровой экономике

5. Особенности развития каналов сбыта в цифровой экономике

6. Многообразие новых способов рекламы и продвижения товаров в цифровой экономике

7. Аналитическая функция маркетинга и ее изменения в цифровой экономике

8. Производственная функция маркетинга и ее изменения в цифровой экономике

9. Сбытовая функция маркетинга и ее изменение в цифровой экономике

10. Управление и контроль маркетинга в цифровой экономике

11. Аутсорсинг как способ реализации функций маркетинга

12. Функции и задачи, передаваемые на аутсорсинг в сфере маркетинга

13. Мерчандайзинг как элемент ритейл-маркетинга и возможности его применения онлайн

14. Возможности и ограничения онлайн торговли различными видами товаров

15. Тенденции развития онлайн-торговли в современной экономике

16. Методы взаимодействия офлайн и онлайн магазинов

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
отлично	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера. Ответ логичен и обоснован,
хорошо	обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Допущены неточности непринципиального характера
удовлетворительно	Обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы
неудовлетворительно	обучающийся при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	обучающийся демонстрирует полное незнание материала или отказывается отвечать

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Задание 1 Укажите, в каких ситуациях и при каких условиях вы предпочтете в будущем или реально использовали в прошлом те или иные способы доставки.

Например, «курьерская доставка удобна в период пандемии, т.к. не так уж важно в какое конкретное время придет курьер, но при обычном режиме работы это не удобно» или «в районе проживания отсутствуют постоматы нужной сети...»

Постарайтесь писать подробно, указывая разные ситуации, известные вам из своего опыта или опыта других покупателей.

Задание 2

1. Как называется заключительный этап логистической цепи, доставка товара непосредственно до конечного покупателя?
2. Почему из всех элементов логистического цикла именно последняя миля имеет особое значение?
3. Почему розничные магазины готовы размещать на своих площадях постоматы и выдавать онлайн заказы на кассет?

Способ доставки	Непродовольственные товары	Продовольственные товары
-----------------	----------------------------	--------------------------

Курьерская

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-4

Задание 1 Вы предполагаете открыть пункт ПВЗ для Wildberries. Ответьте на следующие вопросы. Где будет находиться пункт? Выберите местоположение в Нижнем Новгороде, используя карту <https://pvz-stat-map.wildberries.ru/#15/55.7424/37.6329> с учетом востребованности ПВЗ в Нижнем Новгороде. Опишите путь проезда к ПВЗ, исходя из правил маркетплейса <https://point.wb.ru/docs/requirements.../files/brandbook.pdf> Какова примерная стоимость аренды в данном районе для помещения с необходимыми размерами?

Задание 2 Вы предполагаете открыть пункт ПВЗ для Wildberries. Ответьте на следующие вопросы. Выберите фотографию фасада помещения, которое могло бы подойти для ПВЗ (кроме действующих пунктов) и определитесь с затратами на ремонт и вывеску. Требования к вывеске и ремонту - <https://point.wb.ru/docs/requirements.../files/brandbook.pdf>

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Задание 1. Выберите группу товаров по вашему усмотрению. Найдите 2 интернет магазина, предлагающие данную группу товаров. Желательно, чтобы магазины различались по размеру/количеству брендов/широте ассортимента и пр. Например, маркетплейс и магазин, специализирующийся на данной группе товаров. Проанализируйте и сравните каталоги по выбранной группе товаров. Как упорядочен каталог (по типу, назначению, брендам, смешанный вариант)? Какова глубина структуры каталога? Сколько товаров представлено на нижнем уровне каталогов? Какие рубрики есть в каталоге по данному товару (изучите небольшую часть каталога по данному виду товара)?

Задание 2

1. Каков основной способ доставки онлайн заказов для большинства товаров за исключением продуктов питания?

2. В каких случаях продавцу удобно использовать модель работы с маркетплейсом FBO (назовите не менее двух факторов)?

3. В каких случаях продавцу удобно использовать модель работы с маркетплейсом FBS (назовите не менее двух факторов)?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно,

Оценка	Критерии оценивания
	показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга / Калюжнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е. ; под общ. ред. Калюжновой Н.Я. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 170 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/492979> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-08407-8 : 479.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785347&idb=0>.
2. Гаврилов Леонид Петрович. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. - 6-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 311 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17869-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891688&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15098-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846185&idb=0>.
2. Васильев Геннадий Анатольевич. Маркетинг розничного торгового предприятия : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : Вузовский учебник, 2024. - 159 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-9558-0152-0. - ISBN 978-5-16-104463-6. - ISBN 978-5-16-018912-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875060&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

retail.ru – портал для ретейлеров и поставщиков
seller-edu.ozon.ru/ - база знаний маркетплейса
www.x5.ru/ru – X5 Retail Group

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки 38.04.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Копасовская Наталья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.