

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

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 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

2025 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	ИД-1: Способен проверить соблюдение условий контракта ИД-2: Способен анализировать качество представленных товаров, работ, услуг	ИД-1: ИД-1ПК-3 У1 (ПК-3) Уметь определять наиболее важные условия договора поставки и последствия их реализации 31 (ПК-3) Знать структуру и основные условия договора поставки В1 (ПК-3) Владеть навыками использования цифровых инструментов для целей заключения контракта  ИД-2: ИД-2 ПК-3 У2 (ПК-3) Уметь анализировать воспринимаемое потребителем качество товара 32 (ПК-3) Знать характеристики качества товара В2 (ПК-3) Владеть навыками работы с отрицательными отзывами на качество товаров и услуг	Задания Тест Опрос	Экзамен: Контрольные вопросы Задания Тест
ПК-4: Готов разрабатывать, реализовывать и развивать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-1: Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации ИД-2: Способен	ИД-1: ИД-1ПК-4 У1 (ПК-4) Уметь определять подходы к формированию ассортимента организации 31 (ПК-4) Знать основные направления развития рынков товаров и услуг В1 (ПК-4) Владеть навыками	Задания Тест Опрос	Экзамен: Контрольные вопросы Задания Тест

	<p>разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации</p> <p>ИД-3: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</p> <p>ИД-4: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>анализа ассортимента организации</p> <p>ИД-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>ИД-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>ИД-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	ИД-1: Способен	ИД-1:	Задания	

функциями маркетинга организации	<p>планировать функции маркетинга организации</p> <p>ИД-2: Способен организовывать и координировать функции маркетинга организации</p> <p>ИД-3: Способен осуществлять 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</p> <p>31 (ПК-6) Знать основные функции маркетинга и особенности их планирования в условиях цифровой экономики</p> <p>В1 (ПК-6) Владеть навыками и цифровыми инструментами календарного планирования при реализации функций маркетинга</p> <p>ИД-2:</p> <p>ИД-2 ПК-6 У2 (ПК-6) Уметь определять состав работ, необходимых для реализации функций маркетинга, передаваемых на аутсорсинг</p> <p>32 (ПК-6) Знать особенности организации и координации функций маркетинга в условиях цифровой экономики</p> <p>В2 (ПК-6) Владеть навыками поиска посредников для выполнения работ по реализации функций маркетинга.</p> <p>ИД-3:</p> <p>ИД-3 ПК-6 У3 (ПК-6) Уметь определять показатели для контроля реализации функций маркетинга</p> <p>33 (ПК-6) Знать приемы контроля реализации функций маркетинга в условиях цифровой экономики</p> <p>В3 (ПК-6) Владеть навыками принятия решений по результатам контроля функций маркетинга</p>	Тест Опрос	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Задания</p> <p>Тест</p>
----------------------------------	--	--	---------------	---

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
--	-------

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

### 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 Маркетплейсы как новые каналы сбыта товаров	18	2	6	8	10
Тема 3 Продвижение товара на маркетплейсах	18	2	6	8	10
Тема 4 Особенности ритейл-маркетинга для отдельных сегментов рынка	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: определение, цели, функции, особенности.

Тенденции развития офлайн и онлайн торговли в условиях цифровой экономики. Изменение комплекса маркетинга торгового предприятия в условиях цифровой экономики.

##### Тема 2 Маркетплейсы как новые каналы сбыта товара

Понятие, виды маркетплейсов. Развитие законодательства в сфере маркетплейсов. Основные универсальные маркетплейсы РФ и их роль в экономике. Расширение деятельности маркетплейсов.

Фулфилмент - услуга для интернет торговли. Основные модели работы продавца с маркетплейсом.

Доставка товара потребителям: последняя миля. Возврат товаров. Стоимость услуг маркетплейса.

##### Тема 3 Продвижение товаров на маркетплейсах

Карточки, каталоги и фильтры как инструменты продвижения товара. Инструменты платного продвижения товаров. Затраты на продвижение и ее эффективность. Акции продавцов. Акции

маркетплейсов. Глобальные акции. Рассрочки онлайн. Аналитика маркетплейсов: внутренние и внешние инструменты.

Тема 4 Особенности ритейл-маркетинга для отдельных сегментов рынка

Торговля онлайн продовольственными товарами: скорость доставки и особые условия хранения.

Фудтех. Торговля онлайн книгами: изменение сущности товара. Торговля лекарствами онлайн: законодательные ограничения. Торговля автомобилями онлайн: риски покупки дорогостоящего сложнотехнического товара. Прочие сегменты. Цифровые бизнес-экосистемы: определение, особенности, тенденции развития.

#### **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:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

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 1) Wildberries 2) Ozon 3) Яндекс. Маркет

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. Найдите аналогичные сервисы для двух других маркетплейсов и также определите, где выгоднее разместить ПВЗ. Сравните получившиеся результаты. Есть ли различия при использовании сервисов? Считаете ли вы, что предложенные вам места, перспективны с точки зрения открытия ПВЗ?

Найдите и ознакомьтесь с брендбуками, которые маркетплейсы предлагают владельцам ПВЗ. Где можно купить мебель, соответствующую этим брендбукам? Какова ее примерная цена?

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

Задание 3 Выберите из один из нишевых маркетплейсов. Сравните его с универсальным маркетплейсом в части продаж аналогичных товаров. Сравнение выполните последующим параметрам

1. Характеристика ассортимента.
2. Карточки, фильтры, дополнительные сервисы.
3. Доставка и оплата.

Сделайте выводы об особенностях и преимуществах нишевых маркетплейсов

### 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),

Оценка	Критерии оценивания
	ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального 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 - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3:**

Интеграция цифровых технологий в цепочку от производства, упаковки и хранения продуктов питания до их доставки потребителям (в магазин, домой, из ресторана) и потребления - это

- А) фудтех;
- В) финтех;
- С) маркетплейс.

Отказное письмо подтверждает, что товар

- А) не подлежит обязательной сертифицикации;
- В) не нарушает прав собственников каких-либо брендов;
- С) не может быть продан на маркетплейсе.

#### **5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4:**

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;
- В) FBO;
- С) DBS
- Д) закажи и забирай.



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, комплектует заказ и предоставляет возможность потребителю самостоятельно забрать заказ из магазина, то речь идет о модели:

- A) FBS;
- B) FBO;
- C) DBS
- D) закажи и забери.

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

Классифайд - это

- A) каталог интернет-магазина;
- B) классификация товаров для определения способа перевозки;
- C) онлайн сервис для работы в сегменте C2C;
- D) маркетплейс для работы в сегменте B2B.

В чем основное преимущество доставки онлайн заказов через Почту России?

- A) скорость;
- B) уровень сервиса;
- C) стоимость;
- D) повсеместное присутствие почтовых отделений.

**Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	98-100%
отлично	91-97%
очень хорошо	81-90%
хорошо	72-80%
удовлетворительно	60-71%
неудовлетворительно	46-59%
плохо	45% и менее

### **5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-3:**

- 1. Торговля продовольственными товарами онлайн: тенденции развития
- 2. Особенности торговли продовольственными товарами онлайн: модели взаимодействия продавцов и потребителей
- 3. Торговля книгами онлайн: тенденции развития.
- 4. Торговля книгами онлайн: модели взаимодействия продавцов и потребителей
- 5. Торговля лекарствами онлайн: особенности рынка и тенденции развития
- 6. Торговля автомобилями онлайн: особенности и тенденции развития
- 7. Подтверждение качества товаров на маркетплейсах

### **5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-4:**

- 1. Фулфилмент как услуга для продавцов маркетплейсов: понятие, содержание, основные участники сегмента
- 2. FBO - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 3. FBS - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 4. DBS - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 5. Последняя миля как завершающий этап исполнения интернет-заказа: значение и особенности
- 6. Основные способы доставки интернет заказа: сравнительная характеристика
- 7. Курьерская доставка интернет заказов: особенности и тенденции развития
- 8. Доставка интернет заказов через постаматы: особенности и тенденции развития
- 9. Доставка интернет-заказов через ПВЗ: особенности и тенденции развития.
- 10. Ритейл-ПВЗ как особый вид пунктов выдачи онлайн заказов: особенности и преимущества
- 11. Возврат интернет-заказов: причины, стоимость, способы снижения.
- 12. Карточки товара и их заполнение как инструмент продвижения товара
- 13. Каталоги и фильтры: их значение для организации ассортимента в онлайн-торговле
- 14. Инструменты платного продвижения товаров на маркетплейсах: трафареты
- 15. Инструменты платного продвижения товара на маркетплейсах: продвижение в поиске
- 16. Акции продавцов на маркетплейсах: возможности, поддержка маркетплейса
- 17. Акции маркетплейсов: особенности и проблемы
- 18. Глобальные акции маркетплейсов: преимущества и проблемы
- 19. Рассрочка в онлайн торговле: преимущества и особенности
- 20. Сервисы BNPL для торговли онлайн и тенденции их развития
- 21. Аналитика маркетплейсов: задачи и возможности

- 22. Внешние инструменты аналитики маркетплейсов: необходимость, возможности, стоимость.

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

- 1. Маркетинг в розничной торговле: определение, цели, функции, отраслевые особенности
- 2. Влияние цифровых технологий на развитие маркетинга в торговле: основные тенденции
- 3. Особенности формирования ассортимента магазина в цифровой экономике: широта ассортимента на электронных площадках.
- 4. Особенности формирования цены товаров и услуг в цифровой экономике: персонализированное и динамическое ценообразование.
- 5. Особенности развития каналов сбыта в цифровой экономике: посреднические цифровые платформы
- 6. Особенности продвижения товара в цифровой экономике: продвижение в поисковой выдаче.
- 7. Тенденции развития офлайн торговли и перспективы ее развития в цифровой экономике
- 8. Тенденции онлайн торговли и перспективы ее развития.
- 9. Понятие и классификация маркетплейсов.
- 10. Универсальные маркетплейсы: основные особенности
- 11. Нишевые маркетплейсы: основные особенности
- 12. Маркетплейсы в сегменте B2B: основные особенности
- 13. Развитие законодательства в отношении деятельности маркетплейсов
- 14. Сравнительная характеристика основных универсальных маркетплейсов на рынке РФ
- 15. Развитие видов деятельности универсальных маркетплейсов (страхование, лизинг, производство и пр.)
- 16. Цифровые бизнес-экосистемы: определение и участники
- 17. Цифровые бизнес-экосистемы на рынке РФ и требования к ним
- 18. Цифровые бизнес-экосистемы: особенности маркетинга
- 19. Возможности использования нейросетей в каналах сбыта маркетплейсов и цифровых бизнес-экосистем
- 20. Возможности использования нейросетей в продвижении товаров онлайн на маркетплейсах и цифровых бизнес-экосистемах.

### 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 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

Оценка	Критерии оценивания
	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

## 5.2. 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. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

						объеме	
<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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и 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 продовольственными товарами онлайн: тенденции развития
- 2. Особенности торговли продовольственными товарами онлайн: модели взаимодействия продавцов и потребителей
- 3. Торговля книгами онлайн: тенденции развития.
- 4. Торговля книгами онлайн: модели взаимодействия продавцов и потребителей
- 5. Торговля лекарствами онлайн: особенности рынка и тенденции развития
- 6. Торговля автомобилями онлайн: особенности и тенденции развития
- 7. Подтверждение качества товаров на маркетплейсах

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

- 1. Фулфилмент как услуга для продавцов маркетплейсов: понятие, содержание, основные участники сегмента
- 2. FBO - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 3. FBS - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 4. DBS - как модель взаимодействия маркетплейса с продавцом
- 5. Последняя миля как завершающий этап исполнения интернет-заказа: значение и особенности
- 6. Основные способы доставки интернет заказа: сравнительная характеристика
- 7. Курьерская доставка интернет заказов: особенности и тенденции развития
- 8. Доставка интернет заказов через постаматы: особенности и тенденции развития
- 9. Доставка интернет-заказов через ПВЗ: особенности и тенденции развития.
- 10. Ритейл-ПВЗ как особый вид пунктов выдачи онлайн заказов: особенности и преимущества
- 11. Возврат интернет-заказов: причины, стоимость, способы снижения.
- 12. Карточки товара и их заполнение как инструмент продвижения товара
- 13. Каталоги и фильтры: их значение для организации ассортимента в онлайн-торговле
- 14. Инструменты платного продвижения товаров на маркетплейсах: трафареты
- 15. Инструменты платного продвижения товара на маркетплейсах: продвижение в поиске
- 16. Акции продавцов на маркетплейсах: возможности, поддержка маркетплейса
- 17. Акции маркетплейсов: особенности и проблемы
- 18. Глобальные акции маркетплейсов: преимущества и проблемы
- 19. Рассрочка в онлайн торговле: преимущества и особенности
- 20. Сервисы BNPL для торговли онлайн и тенденции их развития
- 21. Аналитика маркетплейсов: задачи и возможности
- 22. Внешние инструменты аналитики маркетплейсов: необходимость, возможности, стоимость.

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

- 1. Маркетинг в розничной торговле: определение, цели, функции, отраслевые особенности
- 2. Влияние цифровых технологий на развитие маркетинга в торговле: основные тенденции
- 3. Особенности формирования ассортимента магазина в цифровой экономике: широта ассортимента на электронных площадках.
- 4. Особенности формирования цены товаров и услуг в цифровой экономике: персонализированное и динамическое ценообразование.
- 5. Особенности развития каналов сбыта в цифровой экономике: посреднические цифровые платформы
- 6. Особенности продвижения товара в цифровой экономике: продвижение в поисковой выдаче.
- 7. Тенденции развития офлайн торговли и перспективы ее развития в цифровой экономике
- 8. Тенденции онлайн торговли и перспективы ее развития.
- 9. Понятие и классификация маркетплейсов.
- 10. Универсальные маркетплейсы: основные особенности
- 11. Нишевые маркетплейсы: основные особенности
- 12. Маркетплейсы в сегменте B2B: основные особенности
- 13. Развитие законодательства в отношении деятельности маркетплейсов
- 14. Сравнительная характеристика основных универсальных маркетплейсов на рынке РФ

- 15. Развитие видов деятельности универсальных маркетплейсов (страхование, лизинг, производство и пр.)
- 16. Цифровые бизнес-экосистемы: определение и участники
- 17. Цифровые бизнес-экосистемы на рынке РФ и требования к ним
- 18. Цифровые бизнес-экосистемы: особенности маркетинга
- 19. Возможности использования нейросетей в каналах сбыта маркетплейсов и цифровых бизнес-экосистем
- 20. Возможности использования нейросетей в продвижении товаров онлайн на маркетплейсах и цифровых бизнес-экосистемах.

### 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 постаматы 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 2 Вы предполагаете открыть пункт ПВЗ для 1) Wildberries 2) Ozon 3) Яндекс. Маркет

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. Найдите аналогичные сервисы для двух других маркетплейсов и также определите, где выгоднее разместить ПВЗ. Сравните получившиеся результаты. Есть ли различия при использовании сервисов? Считаете ли вы, что предложенные вам места, перспективны с точки зрения открытия ПВЗ?

Найдите и ознакомьтесь с брендбуками, которые маркетплейсы предлагают владельцам ПВЗ. Где можно купить мебель, соответствующую этим брендбукам? Какова ее примерная цена?

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

Задание 3 Выберите из один из нишевых маркетплейсов. Сравните его с универсальным маркетплейсом в части продаж аналогичных товаров. Сравнение выполните последующим параметрам

1. Характеристика ассортимента.
2. Карточки, фильтры, дополнительные сервисы.
3. Доставка и оплата.

Сделайте выводы об особенностях и преимуществах нишевых маркетплейсов

### 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

### 5.3.7 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Интеграция цифровых технологий в цепочку от производства, упаковки и хранения продуктов питания до их доставки потребителям (в магазин, домой, из ресторана) и потребления - это

- А) фудтех;
- В) финтех;
- С) маркетплейс.

Отказное письмо подтверждает, что товар

- А) не подлежит обязательной сертификации;
- В) не нарушает прав собственников каких-либо брендов;

С) не может быть продан на маркетплейсе.

### 5.3.8 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4

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:

- A) FBS;
- B) FBO;
- C) DBS
- D) закажи и заberi.

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, комплектует заказ и предоставляет возможность потребителю самостоятельно забрать заказ из магазина, то речь идет о модели:

- A) FBS;
- B) FBO;
- C) DBS
- D) закажи и заberi.

### 5.3.9 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Классифайд - это

- A) каталог интернет-магазина;
- B) классификация товаров для определения способа перевозки;
- C) онлайн сервис для работы в сегменте C2C;
- D) маркетплейс для работы в сегменте B2B.

В чем основное преимущество доставки онлайн заказов через Почту России?

- A) скорость;
- B) уровень сервиса;
- C) стоимость;
- D) повсеместное присутствие почтовых отделений.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	98-100%

Оценка	Критерии оценивания
отлично	91-97%
очень хорошо	81-90%
хорошо	72-80%
удовлетворительно	60-71%
неудовлетворительно	46-59%
плохо	45% и менее.

## 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/специальности 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 ноября 2024 года, протокол № №5.