

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
_____ Турилова Е.А.
"___" _____ 20__ г.

Программа дисциплины
Управление продажами на маркетплейсах

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело
Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): старший преподаватель, б/с Шафигуллина А.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), AnVKuzmina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2	Способен организовывать и осуществлять руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса
ПК-4	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров на основе изучения и прогнозирования спроса и их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, в том числе в цифровой среде

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать:

- выделяет этапы обслуживания и сервисного обеспечения
- перечисляет факторы, формирующие процесс обслуживания и тактики продаж
- выделяет ценностные аспекты сервисного обслуживания для целевых клиентов организации
- выделяет основные каналы сбыта
- систематизирует критерии выбора каналов сбыта и посредников
- систематизирует критерии выбора канала сбыта, посредников и форматов торговли
- особенности работы с разными видами маркетплейсов;
- юридические основы размещения товаров на маркетплейсах;
- основы продвижения товара на маркетплейсах;

Должен уметь:

Уметь:

- анализирует этапы обслуживания клиентов
- анализирует этапы обслуживания клиентов и проводит анализ клиентского опыта
- анализирует этапы обслуживания клиентов, проводит анализ клиентского опыта и разрабатывает программу удержания клиентов
- анализирует ресурсы логистической системы для торговых операций
- анализирует и проводит оценку эффективности логистической системы для торговых операций
- анализирует и оптимизирует логистической системы для торговых операций
- выбирать подходящие маркетплейсы для размещения товаров;
- выбирать товар для размещения на маркетплейсах и закупать его;
- собирать информацию о своем продукте, необходимую для публикации в карточке товара;
- размещать товар на различных маркетплейсах;
- анализировать аудиторию и конкурентов;
- определять конечную цену товара и прогнозировать собственную выручку
- размещать контент (фото, карточка товаров и пр.) на площадке;
- взаимодействовать с фотографом и копирайтером по вопросам повышения продаж через продающие фотографии и текст;

Должен владеть:

- взаимодействует с клиентов и анализирует клиентский опыт
- организует процесс взаимодействия с клиентом на всех стадиях
- организует процесс обслуживания клиента на всех стадиях контакта
- выявляет эффективные каналы коммуникаций для целевых клиентов
- выявляет эффективность маркетинговой информации и УТП
- выявляет эффективность отдела продаж на основе анализа конъюнктуры рынка

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.06 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.06 "Торговое дело (Коммерция и цифровые технологии продаж)" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 80 часа(ов), в том числе лекции - 40 часа(ов), практические занятия - 40 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 46 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Управление продажами: сущность и основные понятия	6	2	0	2	0	0	0	2
2.	Тема 2. Сбытовая политика организации	6	6	0	6	0	0	0	8
3.	Тема 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации (управление закупками и продажами)	6	6	0	6	0	0	0	8
4.	Тема 4. Планирование и организация материально-технического снабжения, закупок и продаж	6	6	0	6	0	0	0	6
5.	Тема 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж. Этапы процесса продажи и техники продаж. Стратегии продаж	6	2	0	2	0	0	0	4
6.	Тема 6. Инструменты и базовые навыки специалиста по маркетплейсам. Регистрация на маркетплейсе	6	6	0	6	0	0	0	6

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
7.	Тема 7. Создание карточек товара. Внешняя аналитика и выбор ниши. Логистика и выбор формы работы с маркетплейсом	6	6	0	6	0	0	0	6
8.	Тема 8. Работа с ключевыми клиентами. Анализ и работа с действующим магазином	6	6	0	6	0	0	0	6
	Итого		40	0	40	0	0	0	46

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Управление продажами: сущность и основные понятия

Продажа как результат коммерческой деятельности. Товар. Услуга. Ценность. Потребительская ценность. Определение понятия "управление продажами", основные понятия курса, цели и задачи управления продажами, место процесса управления продажами в системе управления предприятием. Компетенции в области продаж и управления продажами. Современные особенности построения системы продаж.

Тема 2. Сбытовая политика организации

Понятие и виды каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы сбыта: преимущества и недостатки. Виды оптовых и розничных посредников. Современные форматы торговли. Критерии выбора посредников. Оценка эффективности каналов сбыта. Дилеры и дистрибьюторы: особенности организации и функционирования. Горизонтальные и вертикальные распределительные системы. Онлайн продажи.

Тема 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации (управление закупками и продажами)

Маркетинговые исследования в сбытовой деятельности. Признаки сегментирования. Сегментация рынка. Процесс сегментации рынка. Политика продвижения и позиционирования под целевые сегменты. Инструменты стимулирования продаж конечных потребителей. Реклама в местах продаж. Мерчандайзинг как элемент политики продвижения торгового предприятия.

Тема 4. Планирование и организация материально-технического снабжения, закупок и продаж

Планирование как функция менеджмента в коммерческой деятельности. план маркетинга и план продаж. Взаимодействие отдела маркетинга и отдела продаж. Планы продаж. Виды планов продаж. Основные принципы планирования продаж. Методы планирования продаж. Формирование отдела продаж. Функциональные обязанности менеджера по продажам.

Тема 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж. Этапы процесса продажи и техники продаж. Стратегии продаж

Мотивация сотрудников отдела продаж. Инструменты моральной и материальной мотивации сотрудников отдела продаж. Основные показатели деятельности отдела продаж и их контроль. Основные направления контроля деятельности отдела продаж. KPI отдела продаж. Психологическая обстановка в отделе продаж. Квалификационные навыки и умения специалистов в области продаж. Этапы процесса продажи: поиск клиентов, презентация товаров, работа с возражениями. Классификация продаж и техники продаж: активные и пассивные продажи. Телефонные переговоры. Выстраивание коммуникаций с закупочным центром. Работа с "горячими" клиентами. Работа с "холодными" клиентами. Организация call-центра. Онлайн продажи. Стратегия и тактика продажной политики организации. Стратегии продаж. Этапы разработки стратегии продаж. Виды стратегий продаж. Тактические приемы в продвижении продукции, товаров и услуг. Внешние и внутренние факторы влияющие на разработку и внедрение стратегии. Работа с постоянными клиентами. Методы оценки эффективности стратегии продаж в B2B и B2C.

Тема 6. Инструменты и базовые навыки специалиста по маркетплейсам. Регистрация на маркетплейсе

Обзор сервисов и базовых инструментов для специалиста (Яндекс Документы, Google Drive). Работа с сервисами и базовыми инструментами (Excel, Telegram). Критерии выбора площадки. Регистрация на площадках ведущих маркетплейсов (Регистрация на Wildberries, Регистрация на OZON, Регистрация на Яндекс Маркет)

Тема 7. Создание карточек товара. Внешняя аналитика и выбор ниши. Логистика и выбор формы работы с маркетплейсом

Алгоритмы работы поисковой машины, основы семантики. Ценность контента для

покупателя, смысловая уникальность и релевантность запросов. Алгоритмы работы поисковой машины маркетплейсов. Что такое семантическое ядро, основы SEO оптимизации. Требования маркетплейсов к текстовому контенту и особенности работы с ним. Визуальный контент. Внешняя аналитика и выбор ниши. Форма работы с маркетплейсом. Складские операции

Тема 8. Работа с ключевыми клиентами. Анализ и работа с действующим магазином

Тема 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью

Психологические типы клиентов. Работа с клиентами: психологические приемы. НЛП в системе торговли. Организация клиентоориентированной стратегии. Монетарная и эмоциональная лояльность. Программы лояльности. Управление лояльностью и скрытая маркетинговая политика. Постоянные клиенты и оценка их лояльности. Финотчеты. Урегулирование спорных ситуаций.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемому результату обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

НП Гильдия маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>

Онлайн энциклопедия маркетинга - <http://marketopedia.ru/>

Электронный журнал о маркетинге - <http://www.4p.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Семинарские занятия проводятся в соответствии с утвержденной программой. Каждая тема программы содержит перечень основных вопросов для обсуждения. Если занятие проводится в интерактивной форме, преподаватель обсуждает в группе на предыдущем занятии план проведения последующего семинара в интерактивной форме, распределяет задания, темы презентаций, дает рекомендации студентам по подготовке и проведению занятия в интерактивной форме
самостоятельная работа	Задания для самостоятельного выполнения включают элементы творческого характера; их выполнение направлено на развитие навыков самостоятельного осмысления рассматриваемых в конкретной теме проблем. Преподаватель вправе проконтролировать выполнение заданий для самостоятельной работы с выставлением оценки в текущий блок.
экзамен	Экзамен промежуточная аттестация по данной дисциплине. Экзамен назначается на конкретную дату и время, обучающийся во время экзамена выбирает билет и готовится в отведенное по регламенту время. По желанию обучающегося он может сразу начать отвечать или взять дополнительное время. Вопросы на экзамен обучающийся получает заранее, на консультации с преподавателем он(а) могут задавать уточняющие вопросы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки "Коммерция и цифровые технологии продаж".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.06 Управление продажами на маркетплейсах*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело
Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Основная литература:

1. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина : практическое пособие / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 6-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2023. - 332 с. - ISBN 978-5-394-05311-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083270> (дата обращения: 10.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Шамина, И. С. Маркетплейсы: как заработать свой первый миллион. Инструкция для начинающих: научно-популярное издание / И. С. Шамина. - Москва; Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04988-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2086375> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 174 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1902731> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Электронная коммерция : учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. - 192 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758036> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 479 с. - (Высшее образование). - DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-018513-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2001678> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2021. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082690> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.
5. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монография / Л.В. Лapidус. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 381 с. - (Научная мысль). - DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16-013607-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913635> (дата обращения: 13.11.2023). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.06 Управление продажами на маркетплейсах*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция и цифровые технологии продаж

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.