

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Директор Института \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,кандидат философских наук\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Одобрено:**Решением Ученого Советаот «22» апреля 2022 г. протокол № 5 | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор АНО ВО «СГЛА»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.ДВ.02.02 Цифровая трансформация бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.03.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Управление бизнесом** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения****Год начала обучения** | **Очная****2022** |
| **Реализуется в семестре** | **5 курс 3** |

**Б1.В.ДВ.02.02 Цифровая трансформация бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование дисциплины** | **Б1.В.ДВ.02.02 Цифровая трансформация бизнеса** |
| Краткое содержание | Система электронного маркетинга. Аудит компании и цели электронного маркетинга. Сегментация целевой аудитории. Анализ конкурентов. Уникальное торговое предложение (УТП). Движение клиента к покупке. Стратегия электронного маркетинга. Контекстная реклама. Медийная реклама. Контент-маркетинг. Маркетинг в социальных сетях. Email-маркетинг. Системный подход к разработке сайта. Аналитика электронного маркетинга. Цифровые продажи. |
| Результаты освоения дисциплины | Применяя знания, умения и навыки в области цифровой трансформации бизнеса, способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа информации с использованием цифровых технологий для обеспечения эффективных управленческих решений, в том числе технологий и автоматизации управления, логистики.Применяя знания, умения и навыки в области цифровой трансформации бизнеса, способен оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации проектов и программ в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации, в том числе осуществлять комплекс действий направленных на сопровождение проектов и программ в современной бизнес-среде с учетом ее цифровой трансформации и автоматизации управления. |
| Трудоемкость, з.е. | 4 |
| Формы отчетности | Зачет с оценкойКонтрольная работа |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** |
| Основная литература | 1. Береговая, И. Б. Электронная коммерция Электронный ресурс / Береговая И.Б.: учебное пособие для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.02 менеджмент, 38.03.06 торговое дело. - Оренбург : ОГУ, 2018. - 129 с. - Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент, 38.03.06 Торговое дело. - ISBN 978-5-7410-2361-7, экземпляров неограничено
2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ;под ред. С. В. Пирогов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 684 с. : ил. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4, экземпляров неограничено
3. Моисеев, В. Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и несойти с ума Электронный ресурс / В. Моисеев ; ред. Д. Соколова-Митрича. Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума,2020-06-10. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 224 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-2095-1, экземпляров неограничено
 |
| Дополнительная литература | 1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электроннаякоммерция Электронный ресурс / Сковиков А. Г. : учебное пособие для вузов. 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 260 с. - ISBN 978-5-8114-68577, экземпляров неограничено
2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова,А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - http://biblioclub.ru/. - ISBN 978-5-394-02405-4, экземпляров неограничено
 |