

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.04.2026 19:58:08
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Высшая школа управления**

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ АНАЛИТИКИ ДЛЯ E-COMMERCE

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

E-COMMERCE - ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы аналитики для e-commerce» входит в программу магистратуры «E-commerce - электронная коммерция» по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра цифрового менеджмента. Дисциплина состоит из 3 разделов и 13 тем и направлена на изучение основ аналитики в e-commerce: сбора, обработки и интерпретации данных для оценки эффективности онлайн-бизнеса и принятия управленческих решений.

Целью освоения дисциплины является формирование у магистрантов профессиональных компетенций в области применения современных методов и инструментов бизнес-аналитики для решения практических задач электронной коммерции, развитии навыков сбора, обработки и интерпретации данных e-commerce, а также освоении технологий создания аналитических решений для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности цифрового бизнеса.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы аналитики для e-commerce» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.; УК-6.2 Проводит рефлексию своей деятельности и разрабатывает способы ее совершенствования.;
ОПК-3	Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта	ОПК-3.1 Владеет основными техниками бизнес-анализа; ОПК-3.2 Проектирует альтернативные решения.; ОПК-3.3 Выявляет возможности, создаваемые информационными и цифровыми технологиями; ОПК-3.4 Определяет подмножество оперативных, финансовых и технически осуществимых альтернатив решений и механизмов, с помощью которых предприятие может приобрести технологические ресурсы.;
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных	ПК-2.1 Применяет методы анализа данных для решения практических задач.; ПК-2.2 Осуществляет подготовку данных для последующего анализа.; ПК-2.3 Обладает навыками оценки качества данных.; ПК-2.4 Использует инструментальные средства для анализа и визуализации бизнес-информации.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы аналитики для e-commerce» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы аналитики для e-commerce».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта		Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Преддипломная практика; Управление на основе данных в e-commerce; Управление клиентским опытом на маркетплейсе;
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных		Преддипломная практика; Организационно-управленческая практика; Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Прикладные методы сбора и анализа данных; CRM и автоматизация продаж; IT-системы E-commerce; Управление на основе данных в e-commerce; Продуктовый менеджмент на маркетплейсах; Основы ML для e-commerce; Цифровой технологии в e-commerce;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы аналитики для e-commerce» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	90		90
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические основы аналитики в e-commerce	1.1	Понятие и сущность бизнес-аналитики в электронной коммерции.	Понятие и сущность бизнес-аналитики в электронной коммерции. Роль аналитики в цифровой трансформации бизнеса. Типы данных в e-commerce: транзакционные, поведенческие, демографические, операционные. Жизненный цикл аналитического проекта в электронной коммерции.	ЛК, СЗ
		1.2	Экосистема данных e-commerce: источники и структура.	Экосистема данных e-commerce: источники и структура. Интеграция данных из различных систем: CRM, ERP, веб-аналитика, социальные сети, мобильные приложения. Качество данных и методы его обеспечения. Data Governance в электронной коммерции. Этические аспекты использования данных клиентов.	ЛК, СЗ
		1.3	Ключевые метрики и KPI в e-commerce.	Ключевые метрики и KPI в e-commerce. Воронка продаж и ее анализ: осведомленность, интерес, рассмотрение, покупка, лояльность. Метрики эффективности: конверсия, средний чек (AOV), клиентская база, retention rate. Операционные метрики: трафик, bounce rate, время на сайте, глубина просмотра.	ЛК, СЗ
		1.4	Инструменты и платформы для аналитики e-commerce.	Инструменты и платформы для аналитики e-commerce. Веб-аналитика: Google Analytics, Яндекс.Метрика, Adobe Analytics. BI-системы: Tableau, Power BI, Qlik Sense. E-commerce специализированные платформы: Hotjar, Mixpanel, Amplitude. Интеграция и настройка аналитических инструментов.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Веб-аналитика и анализ пользовательского поведения	2.1	Основы веб-аналитики для e-commerce.	Основы веб-аналитики для e-commerce. Настройка систем веб-аналитики: цели, события, сегменты, воронки. Анализ источников трафика: органический поиск, платная реклама, социальные сети, email-рассылки, прямые переходы. UTM-метки и отслеживание маркетинговых кампаний. Attribution modeling в многоканальной среде.	ЛК, СЗ
		2.2	Анализ поведения пользователей на сайте e-commerce.	Анализ поведения пользователей на сайте e-commerce. Карты кликов и тепловые карты (heat maps). Анализ пользовательских путей (user journey mapping). Сегментация пользователей по поведенческим характеристикам. Cohort-анализ и анализ удержания клиентов. Анализ отказов и барьеров конверсии.	ЛК, СЗ
		2.3	A/B тестирование и экспериментальный	A/B тестирование и экспериментальный дизайн в e-commerce.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			дизайн в e-commerce.	Планирование и проведение A/B тестов: формулирование гипотез, определение размера выборки, статистическая значимость результатов. Мультивариантное тестирование (MVT). Персонализация контента на основе результатов тестирования. Этические аспекты экспериментов с пользователями.	
		2.4	Анализ мобильного трафика и приложений.	Анализ мобильного трафика и приложений. Специфика аналитики мобильных приложений: установки, активации, in-app события, push-уведомления. Mobile attribution и deep linking. Анализ производительности мобильных приложений. Cross-device аналитика и объединение данных пользователей.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Статистические методы и визуализация данных в e-commerce	3.1	Статистические методы анализа данных e-commerce.	Статистические методы анализа данных e-commerce. Описательная статистика в бизнес-контексте: центральные тенденции, вариабельность, распределения. Корреляционный анализ взаимосвязей в e-commerce данных. Регрессионный анализ для прогнозирования продаж и спроса. Анализ временных рядов в электронной коммерции: сезонность, тренды, цикличность.	ЛК, СЗ
		3.2	Сегментация клиентов и RFM-анализ.	Сегментация клиентов и RFM-анализ. Методы кластеризации клиентов: демографическая, географическая, поведенческая, психографическая сегментация. RFM-анализ (Recency, Frequency, Monetary): методология и практическое применение. Customer Lifetime Value (CLV) и методы его расчета. Персонализация маркетинговых кампаний на основе сегментации.	ЛК, СЗ
		3.3	Визуализация данных и создание дашбордов для e-commerce.	Визуализация данных и создание дашбордов для e-commerce. Принципы эффективной визуализации данных: выбор типов графиков, цветовое кодирование, иерархия информации. Создание интерактивных дашбордов в Tableau и Power BI. KPI-дашборды для различных ролей: топ-менеджмент, маркетинг, продажи, логистика. Мобильные дашборды и responsive design.	ЛК, СЗ
		3.4	Прогнозирование и планирование в e-commerce.	Прогнозирование и планирование в e-commerce. Методы прогнозирования спроса: экспоненциальное сглаживание, ARIMA-модели, машинное обучение. Сезонное планирование и управление запасами. Прогнозирование поведения клиентов: churn prediction, next best action. Сценарное планирование и	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				моделирование "что если".	
		3.5	Отчетность и коммуникация результатов анализа.	Отчетность и коммуникация результатов анализа. Структура аналитических отчетов для e-commerce: executive summary, детальный анализ, рекомендации. сторителлинг с данными (data storytelling). Презентация результатов анализа для различных аудиторий. Автоматизация отчетности и alert-системы. ROI аналитических проектов и обоснование инвестиций в аналитику.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер, ПО для просмотра PDF, MS Teams, MS Office

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Зараменских, Е. П. Разработка информационных систем : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 78 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21420-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571333> (дата обращения: 21.04.2026).

2. Зараменских, Е. П. Проектирование информационных систем : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21418-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571331> (дата обращения: 21.04.2026).

Дополнительная литература:

1. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 486 с. — (Бакалавриат, Магистратура). — ISBN 978-5-406-12644-8

2. Статистика : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. И. Елисейевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19581-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556680>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Основы аналитики для e-commerce».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Доморощенко Анна Романовна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Назюта Сергей Викторович [Б] первый проректор - п <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Назюта Сергей Викторович <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	--