

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.10.2025 16:50:14
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

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА НА
МАРКЕТПЛЕЙСАХ**

(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 (направленность) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» является формирование стратегического управления и технологической организации бизнеса в цифровой среде, с фокусом на маркетплейсы как доминирующую бизнес-модель современной электронной коммерции. Выпускник должен уметь не только анализировать и разрабатывать стратегии выхода и масштабирования на маркетплейсах, но и понимать архитектуру, экономику и экосистему этих платформ для создания устойчивых конкурентных преимуществ.

Задачи:

1. Сформировать навыки анализа ключевых показателей (KPI) продаж на маркетплейсах: Научить рассчитывать и интерпретировать метрики эффективности (конверсия, средний чек, стоимость привлечения клиента) для принятия data-driven решений по оптимизации ассортимента и маркетинга.
2. Освоить инструменты внутриплатформенного продвижения товаров. Дать практические навыки работы с системами рекламного таргетинга, SEO оптимизации карточек товаров и управления рейтингом продавца на популярных маркетплейсах.
3. Развить умение выстраивать клиентоориентированную модель работы. Научить эффективно работать с клиентскими отзывами, организовывать процесс возвратов и строить долгосрочные отношения с покупателями в условиях специфической коммуникационной среды маркетплейсов.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Понимает принципы проектного подхода к управлению
		УК-2.2 Демонстрирует способность управления проектами
ОПК-3	Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора,	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 технических осуществимых альтернатив решений и механизмов, с помощью которых предприятие может приобрести технологические ресурсы

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта	
ОПК-4	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ОПК-4.1 Применяет методы командной работы
		ОПК-4.2 Проводит переговоры и разрешает конфликты
		ОПК-4.3 Обладает навыками организации профессионального обучения
		ОПК-4.4 Демонстрирует способность оказывать влияние и быть лидером
ПК-3	Способен осуществлять сопровождение развития существующего продукта	ПК-3.1 Обладает навыками управления жизненным циклом продукта
		ПК-3.2 Осуществляет сопровождение развития существующего продукта

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах».

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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	-	Теория принятия решений Наука о данных для бизнеса Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов Управление на основе данных в e-commerce Основы ML для e-commerce

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/ модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Управление ИТ-сервисами в e-commerce
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	-	Теория принятия решений Наука о данных для бизнеса Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов Основы аналитики для e-commerce Управление на основе данных в e-commerce Управление клиентским опытом на маркетплейсе
ОПК-4	Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	-	Теория принятия решений Управление проектами Моделирование и оптимизация бизнес-процессов Управление ИТ-сервисами в e-commerce Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум)
ПК-3	Способен осуществлять сопровождение развития существующего продукта	-	Моделирование и оптимизация бизнес-процессов Управление ИТ-сервисами в e-commerce Дисциплины по выбору (Продуктовый копирайтинг, Продвинутая аналитика и ML для e-commerce, Управление разработкой)

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/ модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Организационно-управленческая практика Преддипломная практика

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

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36	36			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	18	18			
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18	18			
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. на выполнение КР/КП (при наличии) ак.ч.	63	63			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9	9			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Стратегические основы электронной коммерции и работа с маркетплейсами	1.1	Современная экосистема электронной коммерции. Тренды и перспективы развития российского и мирового рынка e-commerce. Анализ бизнес-моделей: B2C, B2B, C2C, D2C и их особенности. Сравнительный анализ ведущих маркетплейсов (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и др.).	ЛК, СЗ
		1.2	Правовые и финансовые аспекты e-commerce. Нормативное регулирование дистанционной торговли. Договорные отношения с маркетплейсами: анализ соглашений и комиссионных моделей. Особенности налогообложения и отчетности при работе на маркетплейсах.	ЛК, СЗ
		1.3	Стратегия выхода и позиционирования на маркетплейсах. Анализ целевой аудитории и конкурентной среды. Разработка уникального торгового предложения (УТП)	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			для маркетплейсов. Планирование ассортиментной матрицы и ценовой политики.	
Раздел 2	Операционное управление и технологическая интеграция	2.1	Организация операционных процессов. Управление складскими запасами и логистика (FBU, FBS, собственный склад). Процессинг заказов: от приема до выкупа и возвратов. Построение системы клиентского сервиса на маркетплейсах.	ЛК, СЗ
		2.2	Технологии и автоматизация e-commerce. Обзор и выбор систем управления товарами (PIM-системы). Интеграция с ERP, CRM и системами аналитики. Использование API маркетплейсов для автоматизации бизнес-процессов.	ЛК, СЗ
		2.3	Управление качеством и репутацией. Методы работы с товарными рейтингами и отзывами. Процедуры верификации продавца и работы с претензиями. Противодействие недобросовестной конкуренции и картеллингу.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Маркетинговая стратегия и аналитика эффективности	3.1	Продвижение на маркетплейсах. SEO оптимизация карточек товаров: от выбора ключевых слов до оформления контента. Использование инструментов внутренней рекламы (размещение в каталоге, баннеры). Внешние каналы привлечения трафика: SMM, контекстная реклама, influencer-маркетинг.	ЛК, СЗ
		3.2	Аналитика и метрики e-commerce. Ключевые показатели эффективности (LTV, CAC, CR, ROI). Методы A/B тестирования карточек товаров и рекламных кампаний. Построение системы сквозной аналитики.	ЛК, СЗ
		3.3	Развитие бизнеса и управление портфелем брендов. Стратегии масштабирования: выход на новые маркетплейсы и регионы. Создание собственного бренда и частных марок (private label). Управление многоканальными продажами (omnichannel).	ЛК, СЗ

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

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;	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	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
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), 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
Для самостоятельной работы обучающихся	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. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533877>
2. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533879>

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
4. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15039-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536967>
5. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543648>

Дополнительная литература:

1. Хайруллина, М. В. Маркетинг в социальных сетях : учебное пособие для вузов / М. В. Хайруллина, А. В. Пономарева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 105 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08134-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516034>
2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/486386>
3. Технология интернет-маркетинга : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509167>
4. Зараменских, Е. П. Информационные системы в бизнесе : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 470 с. — (Высшее образование).

— ISBN 978-5-534-17537-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533279>

5. Баланов, А. Н. E-commerce. Технологии и стратегии : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Издательство «Лань», 2024. — 472 с. — ISBN 978-5-507-49763-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/387508>
6. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина [и др.] ; под редакцией Е. Е. Кузьминой, Н. М. Кулибановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13457-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/459038>
7. Рожков, И. В. Реклама: планка для профи : учебное пособие для вузов / И. В. Рожков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 285 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13663-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466236>
8. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473115>
9. Архипов, В. В. Интернет-право : учебник для вузов / В. В. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17854-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533866>
10. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / Р. К. Щукин [и др.] ; под редакцией Р. К. Щукина. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Издательство «Лань», 2022. — 264 с. — ISBN 978-5-507-44823-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/248958>

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
<http://lib.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 «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост» <http://www.trmost.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах».

2. Методические указания по выполнению и оформлению заданий по дисциплине «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» (при наличии КР/КП).

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

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Абуева М.М.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
цифрового менеджмента

Наименование БУП

Подпись

Назюта С. В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:
Зав.кафедрой
прикладной экономики

Должность, БУП

Островская А.А.

Подпись

Фамилия И.О.