

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.10.2025 16:30:24
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

Управление на основе данных в 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

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Управление на основе данных в e-commerce» состоит в формировании у магистрантов профессиональных компетенций в области применения методов и инструментов data-driven управления для принятия обоснованных управленческих решений в сфере электронной коммерции, развитии навыков создания систем управления на основе анализа данных, а также освоении технологий построения клиентоориентированных бизнес-стратегий с использованием аналитических инструментов и платформ.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ управления на основе данных (data-driven management) в цифровой экономике;
- освоение методологий сбора, анализа и интерпретации данных для принятия управленческих решений в e-commerce;
- формирование навыков разработки и внедрения систем управления клиентскими отношениями (CRM);
- развитие умений создания персонализированных клиентских стратегий на основе анализа больших данных;
- овладение инструментами автоматизации бизнес-процессов и цифрового управления проектами;
- формирование способности к построению data-driven культуры в организации и оценке эффективности управленческих решений.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление на основе данных в 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
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, 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 «Управление на основе данных в e-commerce» относится к **обязательной части блока Б1 ОП ВО (Б1.О.02.03)**.

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	Основы ML для e-commerce
		Наука о данных для бизнеса	Управление ИТ-сервисами в e-commerce
		Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум)

		Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах	Преддипломная практика
			Выпускная квалификационная работа магистра
ОПК-3	Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование	Теория принятия решений	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум)
		Наука о данных для бизнеса	Преддипломная практика
		Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов	Выпускная квалификационная работа магистра
		Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах	
		Основы аналитики для e-commerce	
		Управление клиентским опытом на маркетплейсе	
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных	Основы аналитики для e-commerce	Продуктовый менеджмент на маркетплейсах
			Основы ML для e-commerce
			Цифровые технологии в e-commerce
			Прикладные методы сбора и анализа данных
			CRM и автоматизация продаж
			IT-системы E-commerce
			Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум)
			Организационно-управленческая практика

			Преддипломная практика
			Выпускная квалификационная работа магистра

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление на основе данных в e-commerce».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление на основе данных в e-commerce» составляет 5 зачетных единиц. *Общий бюджет модуля 180 часов, из них 54 часа аудиторных занятий, 99 часов на самостоятельную работу.*

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр 2
Контактная работа, ак.ч.	54	54
в том числе:		
Лекции (ЛК)	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36	36
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	99	99
Контроль (зачет), ак.ч.	27	27
Общая трудоемкость дисциплины		
ак.ч.	180	180
зач.ед.	5	5

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	Теоретические основы управления на основе данных в цифровой экономике	1.1	Концепция data-driven управления в e-commerce. Эволюция подходов к управлению: от интуитивного к основанному на данных. Роль данных в современном бизнесе и принятии стратегических решений. Цифровая трансформация управления и ее особенности в электронной коммерции.	ЛК, СЗ
		1.2	Экосистема данных в e-commerce организации. Типы данных для управления: транзакционные, поведенческие, операционные, внешние данные. Источники данных: веб-аналитика, CRM, ERP, социальные сети, IoT-устройства. Интеграция данных из различных источников и создание единого представления.	ЛК, СЗ
		1.3	Качество данных и управление информационными активами. Критерии качества данных: полнота, точность, своевременность, согласованность. Data Governance в e-commerce: политики, процедуры, роли и ответственность. Управление жизненным циклом данных. Этические аспекты использования данных клиентов.	ЛК, СЗ
		1.4	Инфраструктура для data-driven управления. Технологический стек для управления данными: хранилища данных, озера данных, облачные платформы. Инструменты бизнес-интеллекта (BI) и аналитики. Системы поддержки принятия решений (DSS) и их роль в e-commerce управлении.	ЛК, СЗ

Раздел 2	Клиентоориентированное управление и CRM- стратегии	2.1	Основы клиентоориентированного подхода в e-commerce. Концепция Customer Centricity и ее реализация в цифровой среде. Принципы клиентоориентированности: эмпатия, персонализация, проактивность. Измерение клиентоориентированности: NPS, CSAT, Customer Effort Score. Влияние клиентоориентированности на финансовые результаты.	ЛК, СЗ
		2.2	Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Эволюция CRM: от контактных баз данных к интеллектуальным системам. Типы CRM-систем: операционные, аналитические, коллаборативные. Архитектура CRM и интеграция с другими корпоративными системами. Мобильные CRM и социальные CRM.	ЛК, СЗ
		2.3	Сегментация клиентов и персонализация в e-commerce. Методы сегментации: демографическая, поведенческая, психографическая, географическая. Динамическая сегментация и машинное обучение. Технологии персонализации: рекомендательные системы, динамический контент, персонализированные цены. One-to-one маркетинг в цифровой среде.	ЛК, СЗ

		2.4	Управление клиентским опытом (Customer Experience Management). Картирование клиентского пути (Customer Journey Mapping) в омниканальной среде. Точки касания с клиентом и моменты истины. Дизайн клиентского опыта в e-commerce: UX/UI, персонализация, сервис. Измерение и оптимизация клиентского опыта.	ЛК, СЗ
		2.5	Клиентская аналитика и прогнозирование поведения. Customer Lifetime Value (CLV): методы расчета и применение в стратегическом планировании. Прогнозирование оттока клиентов (Churn Prediction) и стратегии удержания. Next Best Action и Next Best Offer на основе данных. Retention маркетинг и программы лояльности.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Операционное управление и автоматизация процессов в e-commerce	3.1	Управление продажами на основе данных. Автоматизация воронки продаж и управление конверсией. Прогнозирование продаж и планирование выручки. Sales Performance Management и KPI продаж. A/B тестирование в продажах и оптимизация конверсии. Lead scoring и управление потенциальными клиентами.	ЛК, СЗ

		3.2	Управление товарными запасами и цепями поставок. Demand forecasting и планирование потребности в запасах. Оптимизация уровня запасов с помощью алгоритмов машинного обучения. Supply Chain Analytics и управление поставщиками. Inventory optimization и минимизация издержек хранения. Управление ассортиментом на основе данных.	ЛК, СЗ
		3.3	Динамическое ценообразование и revenue management. Стратегии ценообразования в e-commerce: конкурентное, ценностное, динамическое. Price elasticity analysis и оптимизация цен. Алгоритмы динамического ценообразования и их реализация. Конкурентная разведка цен и мониторинг рынка. Персонализированные цены и этические аспекты.	ЛК, СЗ
		3.4	Управление цифровым маркетингом на основе данных. Marketing Mix Modeling и attribution analysis. Программатическая реклама и RTB (Real-Time Bidding). Маркетинговая автоматизация и lead nurturing. Performance marketing и ROI-ориентированное планирование кампаний. Омниканальный маркетинг и unified customer view.	ЛК, СЗ

		3.5	Построение data-driven культуры организации. Организационные изменения для внедрения управления на основе данных. Роли и компетенции в data-driven организации: data scientists, analysts, business users. Обучение персонала работе с данными и аналитическими инструментами. Измерение эффективности data-driven инициатив. Change management в цифровой трансформации.	ЛК, СЗ
--	--	-----	--	--------

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – 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
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	Компьютер/ноутбук с доступом в Интернет и электронно-образовательной среде Университета, браузер,

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	техническими средствами мультимедиа презентаций.	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. Чекмарев, А. В. Управление цифровыми проектами и процессами : учебник для вузов / А. В. Чекмарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18522-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564520>
2. Толстобров, А. П. Управление данными : учебное пособие для вузов / А. П. Толстобров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14162-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467960>
3. Борщевский, Г. А. Управление государственными программами и проектами : учебник для вузов / Г. А. Борщевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17196-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532578>

Дополнительная литература:

1. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке : результаты эмпирического исследования // Публикации НИУ ВШЭ. — 2025. — URL: <https://publications.hse.ru/view/174891395>
2. Прикладная наука о данных : программа курса / В. Ю. Попов. — М. : НИУ ВШЭ, 2025. — 32 с.
3. CRM-система для отдела продаж: как выстроить работу с клиентами : методические рекомендации // Completo.ru. — 2025. — 24 с.
4. Аналитика бизнес-процессов в E-commerce : практическое руководство // AWG.ru. — 2024. — 48 с.
5. Клиентоориентированный подход: уровни, принципы и методы измерения : учебно-методическое пособие // RetailCRM. — 2025. — 36 с.
6. Российский рынок e-commerce: состояние, тренды, перспективы : аналитический обзор // AdIndex Market. — 2024. — 156 с.

7. Что такое CRM-системы, как они помогают продавать : практическое руководство // Skillbox Media. — 2025. — 28 с.
8. CRM (мировой рынок) : аналитический обзор рынка // TAdviser. — 2025. — 72 с.
9. Интернет-торговля в России 2025 : маркетинговое исследование / Data Insight. — М., 2025. — 184 с.
10. Тренды eCommerce и ePharma 2024-2025 : аналитическое исследование / Data Insight. — М., 2024. — 96 с.

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 «Троицкий мост»

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 «Управление на основе данных в e-commerce».

* - 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 «Управление на основе данных в e-commerce» 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

Ванюрихин Ф.Г.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
цифрового менеджмента

Назюта С. В.

Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.
РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО: Зав.кафедрой прикладной экономики		Островская А.А.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.