

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:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **ЦИФРОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ И 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 - ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровые бизнес-модели и управление на основе данных в e-commerce» входит в программу магистратуры «E-commerce - электронная коммерция» по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра Вуза-Партнёра. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение того, как выбор бизнес-модели (маркетплейс, D2C, подписка, гибрид) определяет долгосрочную устойчивость, масштабируемость и инвестиционную привлекательность компании. Стратегический аудит собственной модели и осознанная диверсификация каналов сбыта — ключевые управленческие компетенции, формируемые в рамках дисциплины.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов стратегического понимания архитектуры современных цифровых платформ и логики их монетизации, необходимого для осознанного выбора и развития собственной бизнес-модели в e-commerce. Дисциплина готовит студентов к освоению стратегического менеджмента и инвестиционной оценки, создавая концептуальную основу для долгосрочного стратегического мышления.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровые бизнес-модели и 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 (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, 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 «Цифровые бизнес-модели и управление на основе данных в 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 «Цифровые бизнес-модели и управление на основе данных в 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Теория принятия решений;	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Преддипломная практика; Основы ML для e-commerce; Предпринимательство;
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); Наука о данных для бизнеса; Теория принятия решений; Архитектура предприятия (продвинутый уровень) и автоматизация бизнес-процессов; Электронная коммерция и развитие бизнеса на макетплейсах; Основы аналитики для e-commerce;	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Преддипломная практика;
ПК-2	Способен использовать методы анализа данных	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Основы аналитики для e-commerce; Экономика для неэкономистов;	Научно-исследовательская работа (бизнес-практикум); Преддипломная практика; Прикладные методы сбора и анализа данных; CRM и автоматизация продаж; IT-системы E-commerce; Основы ML для e-commerce; Привлечение инвестиций и инвестиционная оценка бизнеса; Предпринимательство; Продвинутый Excel;

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровые бизнес-модели и управление на основе данных в 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)
			2
<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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 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	Типология и экономика цифровых платформ	1.1	Классификация цифровых бизнес-моделей: маркетплейс, D2C, подписка, гибридные модели	сущность и классификация моделей продаж в цифровой среде; особенности маркетплейсной модели, D2C-подхода, собственного интернет-магазина и иных форм электронной торговли; преимущества, ограничения и условия применения различных моделей; факторы выбора канала продаж в зависимости от характеристик продукта, целевой аудитории и стратегии компании.	ЛК, СЗ
		1.2	Сравнительный анализ экономики и устойчивости различных моделей в e-commerce	каналы продаж в e-commerce и их сравнительная характеристика; структура онлайн-каналов взаимодействия с клиентом; механизмы привлечения и удержания покупателей; роль платформ, витрин, рекламных инструментов и цифровых коммуникаций в формировании продаж; оценка эффективности использования разных каналов в электронной коммерции.	ЛК, СЗ
		1.3	Механизмы монетизации и формирование ценностного предложения в цифровой среде	критерии выбора и комбинирования каналов продаж; построение многоканальной и омниканальной модели; согласование каналов с бизнес-целями компании; риски каннибализации продаж и конфликта каналов; подходы к проектированию устойчивой архитектуры онлайн-продаж	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегический аудит бизнес-модели продавца	2.1	Методология проведения аудита текущей модели: выявление рисков монозависимости от платформы	методы анализа эффективности каналов продаж; ключевые показатели результативности в электронной коммерции; оценка трафика, конверсии, стоимости привлечения клиента, среднего чека и рентабельности канала; использование аналитики для принятия решений по развитию, оптимизации или закрытию канала продаж.	ЛК, СЗ
		2.2	Оценка масштабируемости и инвестиционной привлекательности бизнес-модели	организация бизнес-процессов в управлении каналами продаж; распределение функций между подразделениями компании; интеграция продаж, маркетинга, логистики и клиентского сервиса; цифровые инструменты координации каналов; управление операционной эффективностью и качеством исполнения заказов.	ЛК, СЗ
		2.3	Кейсы трансформации бизнес-моделей в e-commerce	специфика управления бизнес-процессами e-commerce в зависимости от выбранной модели продаж; влияние структуры канала на экономику заказа, клиентский опыт и	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				масштабируемость бизнеса; выявление узких мест в процессах; разработка решений по повышению управляемости и устойчивости онлайн-продаж.	
Раздел 3	Диверсификация каналов сбыта	3.1	Разработка плана диверсификации: сочетание модели FBO на маркетплейсе и собственного D2C-сайта	операционные модели исполнения заказов в e-commerce; особенности схем FBO, FBS, DBS и D2C-подхода; распределение ответственности между продавцом, маркетплейсом и логистическим оператором; влияние выбранной модели на сроки доставки, издержки, контроль качества и клиентский опыт.	ЛК, СЗ
		3.2	Финансовое моделирование и расчёт инвестиций, необходимых для запуска дополнительных каналов продаж	организация логистики, складских процессов и сопровождения заказа; управление запасами, упаковкой, маркировкой, доставкой и возвратами; требования к надежности операционной инфраструктуры; влияние логистических решений на удовлетворенность клиента и экономическую эффективность канала продаж.	ЛК, СЗ
		3.3	Управление рисками при переходе от моноканальной к многоканальной стратегии	развитие и масштабирование системы онлайн-продаж; выбор направлений роста, диверсификация каналов и повышение устойчивости e-commerce-модели; оценка операционных и рыночных рисков; разработка предложений по совершенствованию архитектуры продаж и повышению конкурентоспособности компании в цифровой среде.	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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе <a href="https://university.rwb.ru/">https://university.rwb.ru/</a>
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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе <a href="https://university.rwb.ru/">https://university.rwb.ru/</a>
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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе <a href="https://university.rwb.ru/">https://university.rwb.ru/</a>

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545098> (дата обращения: 22.04.2026).

2. 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, 2026. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509767> (дата обращения: 22.04.2026).

### Дополнительная литература:

1. Воронов, М. В. Автоматическое управление. Управление организационными системами. Цифровые платформы : учебное пособие для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18321-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534778> (дата обращения: 22.04.2026).

22.04.2026).

2. Конягина, М. Н. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 188 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15492-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520433> (дата обращения: 22.04.2026).

*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](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Знаниум» <https://znaniium.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 «Цифровые бизнес-модели и 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!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Проректор по обучению  
Университета RWB ООО  
«RWB Образование»

*Должность, БУП*

*Подпись*

Волощук П.В.

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

*Должность БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Назюта Сергей  
Викторович

*Фамилия И.О.*