

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.07.2026 09:41:30
Уникальный идентификатор документа:
с379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545



Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»

Факультет менеджмента туризма
Кафедра менеджмента и экономики

Принято Ученым Советом
18 февраля 2026 г.
Протокол № 02-06-01

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
В.Ю. Питюков
16 февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровой бизнес и электронная торговля»

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль – «Управление бизнесом и логистика»
квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Б1.УО0.17

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры
Протокол № 5 от 21 января 2026
г.

Разработчик: Степуренко
О.А., ст. преподаватель
кафедры менеджмента и
экономики

Химки 2026

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся компетенций ПК-12, ПК-13 средствами дисциплины «Цифровой бизнес и электронная торговля».

Задачи дисциплины.

Изучение дисциплины предполагает решение следующих задач:

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины (модуля):

ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта;

ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<i>Информационно-аналитическая</i>	ПК-12. Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта	<p>ПК-12.1. Проводит подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-12.2. Проводит согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-12.3. Организует проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникацион</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных социальных медиа; - систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - основы функционирования основных систем управления веб-сайтами; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования

		<p>ной «Интернет» ПК-12.4. Осуществляет корректировку стратегии продвижения и сбыта компании</p>	<p>современных веб-аналитических систем.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять систему показателей эффективности продвижения; - анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации; - обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками внесения изменений в стратегию продвижения.
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><i>Предпринимательская</i></p>	<p>ПК-13. Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития</p>	<p>ПК-13.1 Оценивает условия осуществления предпринимательской деятельности ПК-13.2 Владеть навыками координации предпринимательской деятельности</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы ситуационного анализа, включая SWOT-анализ, анализ стратегических позиций, анализ сегментов рынка, анализ конкуренции; - основы бизнес-планирования и проектного управления предпринимательской деятельностью; - основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, базовые законодательные акты и нормативные документы, регламентирующие предпринимательскую деятельность. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели; - координировать действия персонала и команды для решения предпринимательских задач. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами диагностики предпринимательских структур, в том
-----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>числе организационно-управленческим анализом, производственно-хозяйственным анализом, анализом кадрового потенциала, анализом результатов управленческого учета.</p> <p>- навыками координации предпринимательской деятельности.</p>
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина "Цифровой бизнес и электронная торговля" относится к дисциплинам обязательной части учебного плана и изучается в 6 семестре на очной форме обучения.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	50	50
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	16	16
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	30	30
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)		
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	58	58
СРуз -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	56	56
СРпа -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	2	2
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)		Зачет с оценкой
Общая трудоемкость дисциплины: часы	108	108

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины
5.1.Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины
1.	Содержание основных понятий курса	
1.1.	Тема 1. Понятие и модели цифрового бизнеса в логистике	Цифровой бизнес как форма предпринимательской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий для создания ценности. Виды цифрового бизнеса в логистике: полностью цифровые компании (цифровые платформы и биржи грузоперевозок), гибридные компании (традиционные перевозчики с цифровыми сервисами). Модели цифрового бизнеса в логистике: B2B (бизнес для бизнеса – платформы для перевозчиков и грузоотправителей), B2C (бизнес для потребителя – сервисы доставки для интернет-магазинов), C2C (потребитель для потребителя – платформы для частных отправок). Цифровая платформа как основная модель цифрового бизнеса: агрегаторы перевозчиков, маркетплейсы логистических услуг. Примеры: ATI.SU, Lardi-Trans, Deliveroo. Преимущества цифрового бизнеса в логистике: снижение транзакционных издержек, прозрачность, скорость.
1.2.	Тема 2. Электронная торговля и её влияние на логистику	Электронная торговля (e-commerce) как форма торговли с использованием интернета. Виды электронной торговли: B2B, B2C, C2C, D2C (direct-to-consumer). Тенденции развития электронной торговли в России и мире: рост маркетплейсов (Wildberries, OZON, Яндекс.Маркет), развитие социальной коммерции, мобильной торговли. Влияние электронной торговли на логистику: рост объёма мелкогабаритных отправок, увеличение количества «последней мили» (last mile delivery), требования к скорости доставки (экспресс-доставка, доставка в день заказа). Особенности логистики для интернет-магазинов: работа с возвратами (reverse logistics), пиковые нагрузки (Чёрная пятница, распродажи), пункты выдачи заказов и постаматы. Примеры: логистика Wildberries и OZON.
1.3.	Тема 3. Цифровые платформы и маркетплейсы логистических услуг	Цифровая платформа как онлайн-площадка, соединяющая заказчиков и исполнителей логистических услуг. Виды платформ в логистике: биржи грузоперевозок (автоматический подбор транспорта под груз), маркетплейсы складских услуг, платформы для «последней мили». Механизм работы биржи грузоперевозок: грузоотправитель размещает заявку, перевозчик предлагает ставку, система выбирает оптимальный вариант. Функционал платформ: отслеживание груза в реальном времени, рейтинг перевозчиков, автоматический обмен документами, гарантия оплаты. Преимущества

		платформ для грузоотправителя: доступ к большому числу перевозчиков, прозрачность ценообразования. Преимущества для перевозчика: дополнительный канал заказов, оптимизация загрузки транспорта. Примеры: ATI.SU, Lardi-Trans, Trucker Path. Риски работы через платформы: комиссия площадки, ценовая конкуренция.
2.	Тема 4. Сквозная прослеживаемость и управление цепочками поставок в цифровой среде	Сквозная прослеживаемость как способность отслеживать груз на всех этапах движения от отправителя до получателя с помощью цифровых технологий. Инструменты сквозной прослеживаемости: RFID-метки, QR-коды, GPS/ГЛОНАСС-трекеры, IoT-датчики (температура, влажность, удары). Цифровые системы управления цепочками поставок: TMS (управление транспортом), WMS (управление складом), SCM-системы (управление цепочками поставок). Преимущества цифрового управления цепочками: прозрачность, сокращение времени реакции на сбои, точность прогнозирования спроса. Блокчейн в логистике: повышение доверия между участниками, защита от подделок, смарт-контракты. Цифровой двойник цепочки поставок: виртуальная модель для оптимизации и прогнозирования.
3.	Тема 5. Цифровой маркетинг и продажи в логистике	Цифровой маркетинг как комплекс инструментов продвижения логистических услуг в интернете. Основные каналы цифрового маркетинга в логистике: SEO-продвижение сайта компании, контекстная реклама (Яндекс.Директ, Google Ads), таргетинг в социальных сетях, email-маркетинг, маркетинг на биржах грузоперевозок. Сайт логистической компании: требования к структуре (калькулятор стоимости, онлайн-отслеживание груза, личный кабинет). Продажи через цифровые каналы в логистике: автоматическая выдача коммерческих предложений, обмен документами в электронном виде, участие в электронных тендерах (закупки на маркетплейсах и платформах). Метрики эффективности цифрового маркетинга: стоимость привлечения клиента (CAC), конверсия сайта, количество лидов. Примеры: контекстная реклама для грузоперевозок, email-рассылки для постоянных клиентов.
3.1.	Тема 6 . Цифровая трансформация «последней мили» и клиентский сервис	«Последняя миля» (last mile) как этап доставки товара от склада до конечного потребителя – самый сложный и дорогой сегмент логистики. Цифровая трансформация «последней мили»: маршрутизация в реальном времени (с учётом пробок), динамическое ценообразование (повышение тарифа в часы пик), прогнозирование времени доставки, электронное подтверждение получения (фото, подпись). Инновации в «последней миле»: дроны и роботы-курьеры, доставка в постаматы и пункты выдачи, каршеринг курьерских автомобилей. Цифровой клиентский сервис в логистике: онлайн-отслеживание груза (трекинг), чат-боты для ответов на частые вопросы, автоматические уведомления о статусе доставки (SMS, push), личный кабинет клиента с историей заказов. Влияние цифрового клиентского сервиса на лояльность: клиент ожидает прозрачности и оперативной информации. Примеры: сервисы отслеживания курьеров (как в

		Яндекс.Еда), автоматическое информирование об изменении статуса.
--	--	------------------------------------------------------------------

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий, коды формулируемых компетенций

5.2.1. Очная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО
			Итого	в том числе			
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	
Тема 1. Понятие и модели цифрового бизнеса в логистике	ПК-12	16	6	2		4	10
Тема 2. Электронная торговля и её влияние на логистику	ПК-12	16	8	2		6	8
Тема 3. Цифровые платформы и маркетплейсы логистических услуг	ПК-13	16	6	2		4	10
Тема 4. Сквозная прослеживаемость и управление цепочками поставок в цифровой среде	ПК-13	16	8	4		6	8
Тема 5. Цифровой маркетинг и продажи в логистике	ПК-12	18	8	2		4	10
Тема 6. Цифровая трансформация «последней мили» и клиентский сервис	ПК-13	16	8	2		6	8
Групповые консультации, и (или) индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ПК-12	2	4	2			2
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ПК-13	4	2				2
Всего часов		108	50	16		30	2

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Тема 1. Понятие и модели цифрового бизнеса в логистике

Цель занятия: формирование у обучающихся системного понимания понятия и моделей цифрового бизнеса в логистике для выявления новых рыночных возможностей и использования интернета в продвижении.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Какие модели цифрового бизнеса в логистике наиболее перспективны для стартапа: агрегатор перевозчиков или маркетплейс складских услуг?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. Понятие цифрового бизнеса и его виды в логистике (полностью цифровые и гибридные компании);
2. Модели цифрового бизнеса в логистике: B2B, B2C, C2C;
3. Цифровая платформа как основная модель: агрегаторы перевозчиков и маркетплейсы;
4. Примеры цифровых платформ в логистике: Lardi-Trans;
5. Преимущества цифрового бизнеса: снижение издержек, прозрачность, скорость.

3. Практическое задание с целью формирования навыков выявления новых рыночных возможностей. Обучающимся предлагается разработать идею цифрового стартапа в логистике для своего региона. Необходимо определить модель бизнеса (B2B/B2C), целевую аудиторию, основную ценность для клиента. Результат оформить в виде краткой идеи (3–4 предложения).

Тема 2. Электронная торговля и её влияние на логистику

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания влияния электронной торговли на логистику для выявления новых рыночных возможностей и координации предпринимательской деятельности.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Как рост маркетплейсов (Wildberries, OZON) меняет требования к логистике? Какие новые возможности открываются для логистических компаний?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. Виды электронной торговли: B2B, B2C, C2C, D2C;
2. Тенденции развития e-commerce в России и мире;
3. Влияние электронной торговли на логистику: «последняя миля», мелкогабаритные отправления;
4. Логистика интернет-магазинов: возвраты, пиковые нагрузки, пункты выдачи.

3. Практическое задание с целью формирования навыков выявления возможностей. Обучающимся предлагается проанализировать, какие логистические услуги наиболее востребованы для интернет-магазинов. Предложить одну новую услугу, описать её. Результат оформить в виде краткого предложения (3–4 предложения).

Тема 3. Цифровые платформы и маркетплейсы логистических услуг

Цель занятия: формирование у обучающихся навыков использования цифровых платформ и маркетплейсов для продвижения логистических услуг и координации предпринимательской деятельности.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Какие преимущества и риски для перевозчика при работе через биржу грузоперевозок (Lardi-Trans)?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. Цифровая платформа в логистике: виды (биржи грузоперевозок, маркетплейсы складов);
2. Механизм работы биржи грузоперевозок: заявка, ставка, выбор перевозчика;
3. Функционал платформ: отслеживание груза, рейтинг, электронные документы;
4. Преимущества для грузоотправителя и перевозчика;
5. Риски работы через платформы: комиссия, ценовая конкуренция.

3. Практическое задание с целью формирования навыков использования платформ для продвижения. Обучающимся предлагается зарегистрироваться на бирже грузоперевозок (условно), разместить заявку на перевозку (стандартный груз, маршрут). Описать пошаговый алгоритм действий. Результат оформить в виде краткой инструкции.

Тема 4. Сквозная прослеживаемость и управление цепочками поставок

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания цифровых инструментов сквозной прослеживаемости и управления цепочками поставок для координации предпринимательской деятельности.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Как блокчейн может повысить доверие между участниками цепочки поставок? Стоит ли внедрять эту технологию малому перевозчику?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. Сквозная прослеживаемость: понятие и инструменты (RFID, GPS, IoT-датчики);
2. Цифровые системы управления: TMS, WMS, SCM;
3. Преимущества цифрового управления цепочками: прозрачность, скорость реакции;
4. Блокчейн в логистике: смарт-контракты, защита от подделок.

3. Практическое задание с целью формирования навыков выявления возможностей. Обучающимся предлагается описать, какую проблему в логистике можно решить с помощью внедрения отслеживания груза в реальном времени для клиентов. Результат оформить в виде 2–3 предложений.

Тема 5. Цифровой маркетинг и продажи в логистике

Цель занятия: формирование у обучающихся навыков использования интернет-инструментов для продвижения логистических услуг и сбыта.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Какие каналы цифрового маркетинга наиболее эффективны для привлечения клиентов в логистику: контекстная реклама, SEO или работа на биржах?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. Каналы цифрового маркетинга в логистике: SEO, контекстная реклама, таргетинг;
2. Сайт логистической компании: калькулятор, отслеживание, личный кабинет;
3. Продажи через цифровые каналы: автоматические коммерческие предложения, электронные тендеры;
4. Метрики эффективности: САС, конверсия, количество лидов.

3. Практическое задание с целью формирования навыков использования интернета для продвижения. Обучающимся предлагается предложить 2 канала продвижения для малой логистической компании с бюджетом 50 000 руб. в месяц, обосновать выбор. Результат оформить в виде кратких рекомендаций.

Тема 6. Цифровая трансформация «последней мили» и клиентский сервис

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания цифровых инструментов «последней мили» и клиентского сервиса для координации предпринимательской деятельности.

Компетенции: ПК-12 Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта; ПК-13 Способен выявлять новые рыночные возможности, оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности и владеть навыками ее координации и развития.

Тип занятия: практическое занятие

Форма проведения: групповые дискуссии, доклад, практическое задание

1. Дискуссия. Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Как онлайн-отслеживание груза и чат-боты влияют на лояльность клиентов логистической компании?

2. Доклад. Темы для доклада:

1. «Последняя миля»: понятие, особенности и сложности;
2. Цифровая трансформация last mile: маршрутизация, динамическое ценообразование;
3. Инновации: дроны, роботы-курьеры, постаматы;
4. Цифровой клиентский сервис: онлайн-отслеживание, чат-боты, автоматические уведомления.

3. Практическое задание с целью формирования навыков использования интернета для клиентского сервиса. Обучающимся предлагается описать, какие функции должен иметь личный кабинет клиента логистической компании (3–4 функции). Результат оформить в виде краткого списка.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

Тема 1. Понятие и модели цифрового бизнеса в логистике

Цель занятия: формирование у обучающихся системного понимания понятия и моделей цифрового бизнеса в логистике для выявления новых рыночных возможностей.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Понятие цифрового бизнеса и его виды в логистике;
2. Модели цифрового бизнеса: B2B, B2C, C2C в логистике;
3. Цифровая платформа как основная модель бизнеса;
4. Примеры цифровых платформ в логистике (АТИ, Lardi, Deliveroo);
5. Преимущества цифрового бизнеса для перевозчиков и клиентов.

Подготовка к выполнению практического занятия с целью формирования навыков выявления рыночных возможностей. Обучающимся предлагается разработать идею цифрового стартапа в логистике. Необходимо определить модель бизнеса, целевую аудиторию. Результат оформить в виде 2–3 предложений.

Тема 2. Электронная торговля и её влияние на логистику

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания влияния электронной торговли на логистику для выявления новых рыночных возможностей.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Виды электронной торговли: B2B, B2C, C2C, D2C;
2. Тенденции развития e-commerce в России и мире;
3. Влияние e-commerce на логистику: последняя миля, мелкие отправления;
4. Логистика для маркетплейсов: возвраты, пиковые нагрузки, пункты выдачи;
5. Примеры: логистика Wildberries и OZON.

Подготовка к выполнению практического задания с целью формирования навыков выявления возможностей. Обучающимся предлагается предложить одну новую логистическую услугу для интернет-магазина. Результат оформить в виде 2–3 предложений.

Тема 3. Цифровые платформы и маркетплейсы логистических услуг

Цель занятия: формирование у обучающихся навыков использования цифровых платформ для продвижения логистических услуг.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Виды платформ в логистике: биржи грузоперевозок, маркетплейсы складов;
2. Механизм работы биржи грузоперевозок;
3. Функционал платформ: отслеживание, рейтинг, документы;
4. Преимущества для грузоотправителя и перевозчика;

5. Риски работы через платформы: комиссия, ценовая конкуренция.

Подготовка к выполнению практического задания с целью формирования навыков использования платформ. Обучающимся предлагается описать пошаговый алгоритм размещения заявки на бирже грузоперевозок. Результат оформить в виде краткой инструкции.

Тема 4. Сквозная прослеживаемость и управление цепочками поставок

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания цифровых инструментов сквозной прослеживаемости.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Понятие сквозной прослеживаемости;
2. Инструменты прослеживаемости: RFID, GPS, IoT-датчики;
3. Цифровые системы управления: TMS, WMS, SCM;
4. Преимущества цифрового управления цепочками;
5. Блокчейн в логистике: смарт-контракты.

Подготовка к выполнению практического задания с целью формирования навыков выявления возможностей. Обучающимся предлагается описать, какую проблему клиента решает онлайн-отслеживание груза. Результат оформить в виде 2–3 предложений.

Тема 5. Цифровой маркетинг и продажи в логистике

Цель занятия: формирование у обучающихся навыков использования интернет-инструментов для продвижения логистических услуг.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Каналы цифрового маркетинга в логистике: SEO, контекстная реклама, таргетинг;
2. Сайт логистической компании: калькулятор, отслеживание, личный кабинет;
3. Продажи через цифровые каналы: автоматические предложения, тендеры;
4. Метрики эффективности: САС, конверсия, лиды.

Подготовка к выполнению практического задания с целью формирования навыков использования интернета для продвижения. Обучающимся предлагается предложить 2 канала продвижения для малой логистической компании. Результат оформить в виде кратких рекомендаций.

Тема 6. Цифровая трансформация «последней мили» и клиентский сервис

Цель занятия: формирование у обучающихся понимания цифровых инструментов «последней мили» и клиентского сервиса.

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Понятие «последней мили» в логистике;
2. Цифровые инструменты last mile: маршрутизация, динамическое ценообразование;
3. Инновации: дроны, роботы-курьеры, постаматы;
4. Цифровой клиентский сервис: трекинг, чат-боты, автоматические уведомления.

Подготовка к выполнению практического занятия с целью формирования навыков использования интернета для сервиса. Обучающимся предлагается описать 3 функции личного кабинета клиента логистической компании. Результат оформить в виде краткого списка.

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. 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/589472>
2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583670>
3. Прохоров, В. В. Цифровые финансовые активы : учебник для вузов / В. В. Прохоров, И. П. Рожнов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21399-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590487>

9. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <https://www.economy.gov.ru> – Официальный сайт Министерства экономического развития;
2. <https://rosstat.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики;
3. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения РСТ, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
4. <http://www.fas.gov.ru> - Федеральная антимонопольная служба;
5. <http://www.rosreestr.ru> - Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии;
6. <http://www.fedsfm.ru> - Федеральная служба по финансовому мониторингу;
7. <https://russpass.ru> – Цифровая экосистема в туризме (Набор услуг для планирования путешествий по России и участников туристской отрасли);
8. <https://национальныепроекты.пф/projects/turizm> - Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»;
9. <https://russia.travel> - Информационный портал о туризме в России;
10. <https://www.tourdom.ru> - Профессиональный портал о туризме;
11. <https://profi.travel> - Профессиональный портал о туризме «Profi Travel»;
12. <https://tonkosti.ru> - Портал «Тонкости туризма»;
13. <https://www.tourdom.ru/hotline> - Электронный журнал «Горячая линия. Туризм»;
14. <https://www.atorus.ru> - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России;
15. <https://favt.gov.ru> - Официальный сайт Федерального агентства воздушного транспорта (Росавиация);
16. <https://mintrans.gov.ru> - Официальный сайт Министерства транспорта РФ;
17. <https://customs.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной таможенной службы;

18. <https://www.rospotrebnadzor.ru> - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор);

19. <https://www.iata.org> - Официальный сайт Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA);

20. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;

21. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;

22. <https://www.sciencealert.com> - Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;

23. <https://sciencepublishinggroup.com> - Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

9.2. Ежегодно обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;

2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

10. Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. ЭБС «Юрайт»;

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебная аудитория (кабинет экономических дисциплин) для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: оборудование: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкафы, учебная доска, стенды; технические средства обучения: ПК, экран, проектор

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены: персональные компьютеры (10 шт.) с возможностью подключения к информационно-

телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Комплект мебели

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).