

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Умаров Марат Файзуллаевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 23.03.2026 13:19:31  
Уникальный программный ключ:  
48505f11ec15acaa386f5219d3113d727fefda78

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Елабужский институт (филиал)



УТВЕРЖДАЮ

Директор  
Елабужского института КФУ  
 Е.Е. Мерзон

«23» 05 2024г.  
МП

**Программа дисциплины (модуля)**  
**Стратегии цифрового бизнеса и технологии электронной коммерции**

Направление подготовки/специальность: 38.04.01 - Экономика  
Направленность (профиль) подготовки: Региональная экономика  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: очная  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины (модуля) разработал кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента Васильев В.Л., [vasvladlev@mail.ru](mailto:vasvladlev@mail.ru)

### **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

<b>Шифр компетенции</b>	<b>Расшифровка приобретаемой компетенции</b>
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач
ПК-1	Готовность прогнозировать и оценивать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- современные информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач
- способы прогнозирования и оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей

Должен уметь:

- подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач
- прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей

Должен владеть:

- навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач
- навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей

### **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в Блок «ФТД.01» основной профессиональной образовательной программы «Региональная экономика» и относится к факультативным дисциплинам.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

### **3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа – 32 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия – 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы – 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 40 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) – 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины (модуля): зачет в 3 семестре.

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

N	Разделы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции	3	4	4		10
2.	Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции	3	6	6		15
3.	Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции	3	6	6		15
	Итого 72 ч.		16	16		40

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции.**

Цифровой бизнес и электронная коммерция как новый этап развития инновационной экономики, основанной на инфо-коммуникационных технологиях. Классификация и типологизация различных цифровых бизнесов и электронной коммерции. История возникновения и истории успеха в цифровом бизнесе и электронной коммерции. Сравнение показателей развития и включенности отраслей в цифровой бизнес и электронную коммерцию по странам.

**Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции.**

Анализ рынка цифровых продуктов и цифровых услуг. Стоимость разработки цифрового продукта и (или) цифровой услуги. Уровень цифровизации отраслей российской экономики. Перспективные направления для реализации проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции. Источники финансирования новых проектов в цифровом бизнесе и электронной коммерции

**Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции**

Показатели эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции. Расчет чистого дисконтированного дохода. Учет фактора времени в оценке эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции. Другие показатели инвестиционного проектирования в цифровом бизнесе и электронной коммерции: рентабельность инвестиций, срок окупаемости, внутренняя норма доходности.

**5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года № 245)

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде – через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

– в печатном виде – в библиотеке Елабужского института (филиала) КФУ. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе «Электронный университет». При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,25 экземпляра литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину (модуль).

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины (модуля). Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов библиотеки Елабужского института (филиала) КФУ.

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Официальный сайт журнала «Вопросы экономики» - <https://www.vopreco.ru/jour>
2. Официальный сайт журнала «Инновации» - <https://maginnov.ru/>
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/>

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

<b>Вид работ</b>	<b>Методические рекомендации</b>
Лекции	Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций. В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Запись лекции одна из основных форм активной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки
Практические занятия	Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов реализуется в разных видах. По выполнению всех видов самостоятельной работы предоставляется возможность получить консультацию преподавателя. Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции преподавателя, основную и дополнительную литературу, информацию из Интернет-ресурсов
Зачет	Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: Комплект мебели для преподавателя, посадочные места для обучающихся, компьютер, проектор, интерактивная доска, акустическая система, трибуна, кондиционер, веб-камера, доска передвижная. Выход в Интернет, внутривузовская компьютерная сеть, доступ в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы: Комплект мебели для преподавателя, посадочные места для обучающихся, компьютер, интерактивный дисплей со встроенным ПК, дисплей, ноутбук, микрофонная и акустическая система, передвижная доска, компьютерный стол, стол. Выход в Интернет, внутривузовская компьютерная сеть, доступ в электронную информационно-образовательную среду.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной (модулем), за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Приложение №1  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
*Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден.*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
Елабужский институт (филиал) КФУ

**Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**  
*Стратегия цифрового бизнеса и технологии электронной коммерции*

Направление подготовки/специальность: 38.04.01 Экономика  
Направленность (профиль) подготовки: Региональная экономика  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: очная  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. СООТВЕТСТВИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЛАНИРУЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ
3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК ЗА ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНУЮ АТТЕСТАЦИЮ
4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, ПОРЯДОК ИХ ПРИМЕНЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
- 4.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
- 4.1.1. Оценочное средство текущего контроля №1 - Устный опрос
- 4.1.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания
- 4.1.1.2. Критерии оценивания
- 4.1.1.3. Содержание оценочного средства
- 4.1.2. Оценочное средство текущего контроля №2 - Реферат
- 4.1.2.1. Порядок проведения и процедура оценивания
- 4.1.2.2. Критерии оценивания
- 4.1.2.3. Содержание оценочного средства
- 4.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
- 4.2.1. Оценочное средство промежуточной аттестации - Зачет
- 4.2.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания
- 4.2.1.2. Критерии оценивания
- 4.2.1.3. Оценочные средства

1. Соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю)

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенций	Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации
<p>ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p>ОПК-5.1 Знает современные информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-5.2 Умеет подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p> <p>ОПК-5.3 Владеет навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач</p>	<p><b>Текущий контроль:</b> Устный опрос по темам Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции Реферат по темам Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции <b>Промежуточная аттестация:</b> Зачет</p>
<p>ПК-1 Готовность прогнозировать и оценивать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей</p>	<p>ПК-1.1 Знает способы прогнозирования и оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей</p> <p>ПК-1.2 Умеет прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей</p>	<p><b>Текущий контроль:</b> Устный опрос по темам Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции Реферат по темам Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и</p>

		электронной коммерции <b>Промежуточная аттестация:</b> Зачет
--	--	--

## 2. Критерии оценивания сформированности компетенций

Комп етенц ия	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100 баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85 баллов)	Низкий уровень (удовлетворительн о) (56-70 баллов)	Ниже порогового уровня (неудовлетворит ельно) (0-55 баллов)
ОПК-5	Отлично знает современные информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач	Знает на хорошем уровне современные информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач	Знает на среднем уровне современные информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач	Не знает информационные технологии и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач
	Умеет с высоким уровнем эффективности подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Умеет с хорошим уровнем эффективности подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Умеет со средним уровнем эффективности подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Не умеет подбирать необходимые современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач
	Владеет на высоком уровне навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач	Владеет на хорошем уровне навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач	Владеет на среднем уровне навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач	Не владеет навыками использования современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач
ПК-1	Отлично знает все способы прогнозирования и оценки финансового плана и целевого инвестиционного	Знает простейшие способы прогнозирования и оценки финансового плана и целевого инвестиционного	Знает ограниченное количество простейших способов прогнозирования и оценки финансового	Не знает способов прогнозирования и оценки финансового плана и целевого инвестиционного

портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей
Умеет с высоким уровнем точности прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	Умеет с хорошим уровнем точности прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	Умеет со средним уровнем точности прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	Не умеет прогнозировать финансовый план и целевой инвестиционный портфель предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей
Отлично владеет навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	На хорошем уровне владеет навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	Слабо владеет навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей	Не владеет навыками оценки финансового плана и целевого инвестиционного портфеля предприятий и организаций с учетом городских и региональных особенностей

### 3. Распределение оценок за формы текущего контроля и промежуточную аттестацию 3 семестр

Текущий контроль:

Устный опрос – максимальное количество баллов по БРС за оценочное средство – 25 баллов.

Реферат – максимальное количество баллов по БРС за оценочное средство – 25 баллов.

Итого  $25 + 25 = 50$  баллов

Промежуточная аттестация:

Зачет - максимальное количество баллов по БРС за оценочное средство – 50 баллов.

Итого = 50 баллов

Общее количество баллов по дисциплине за текущий контроль и промежуточную аттестацию:  $50+50=100$  баллов.

Соответствие баллов и оценок за зачет:

56-100 – зачтено

0-55 – не зачтено

## **4. Оценочные средства, порядок их применения и критерии оценивания**

### **4.1. Оценочные средства текущего контроля**

**4.1.1. Устный опрос по темам.** Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции

#### **4.1.1.1. Порядок проведения.**

Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.

#### **4.1.1.2. Критерии оценивания**

**Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

В ответе качественно раскрыл содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Основные вопросы темы раскрыл. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Тему частично раскрыл. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Тему не раскрыл. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

#### **4.1.1.3. Содержание оценочного средства**

Вопросы для устного опроса:

1. История электронной коммерции (краткая историческая справка).
2. Понятие электронной коммерции, преимущества и недостатки?
3. Основные понятия: киберпространство, е-бизнес, е-коммерция.
4. Произведите сравнение традиционного бизнеса с электронным.
5. Основные субъекты электронной коммерции.
6. Виды электронной коммерции или основные формы присутствия в Интернет.
7. Специфика электронной коммерции.
8. Преимущества ведения бизнеса в Интернет.
9. E-business в РФ и за рубежом.
10. Интернет-магазин и интернет-витрина, особенности, различия, примеры.
11. Internet-аукцион, типы, примеры (в мире, в РФ).
12. Электронные биржи, виды, примеры, схема функционирования.
13. Модели электронной коммерции.
14. Электронная коммерция как часть организации бизнес-процесса (B2C).
15. Электронная коммерция как часть организации бизнес-процесса (B2B).

**4.1.2. Реферат по темам.** Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции

#### **4.1.2.1. Порядок проведения.**

Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты реферата оцениваются также ораторские способности

Требования к реферату

При оформлении текста реферата следует придерживаться следующих параметров:

поля: левое – 35 мм, правое – 15 мм, верхнее – 25 мм, нижнее – 25 мм;

ориентация страницы: книжная;

шрифт: TimesNewRoman;

кегель: 14 пт (пунктов);

красная строка: 1 мм;

междустрочный интервал: полуторный;

выравнивание основного текста и сносок: по ширине.

Иллюстрации в виде рисунков, фотоснимков, схем и т.п. могут располагаться органично с текстом (возможно ближе к иллюстрируемой части) либо на отдельных листах. В любом случае выполняется нумерация (сквозная для всех разделов), которая располагается сверху. Подрисуночную нумерацию и надпись располагать внизу.

Заканчивается пояснительная записка библиографическим списком источников, к которым обращался студент во время работы над разрабатываемой темой.

Объем информационно-технологической документации не регламентируется – он диктуется достаточностью для практического применения. Карточки задания для самоконтроля (если таковы имеются) вкладываются в прозрачные файлы.

Реферат по своему структурному содержанию должен содержать следующие элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- базовое понятия;
- историческая справка (особенности зарождения и развития, основоположники и т.д.);
- классификация (виды, формы и т.д.);
- общее и частное положения по применению в учебно-воспитательном процессе;
- глоссарий;
- список использованных источников
- приложения.

#### **4.1.2.2. Критерии оценивания**

**Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

В ответе качественно раскрыл содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Основные вопросы темы раскрыл. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Тему частично раскрыл. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

**Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:**

Тему не раскрыл. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.

#### **4.1.2.3. Содержание оценочного средства**

Вопросы для реферата:

1. Схемы платежей в электронной коммерции (участники).
2. Схема функционирования электронного магазина.
3. Архитектура программных систем электронной коммерции (среда Интернет, основные составляющие систем и их взаимосвязь)
4. Системы B2B, особенности, объемы, примеры.
5. Системы B2C, особенности, объемы, примеры.
6. Электронный бизнес - масштабы и перспективы развития. Рынок электронной коммерции: сегодня и завтра.
7. Информационные технологии - обзор возможностей. Компьютерные сети.
8. Классификация систем электронной коммерции.
9. Безопасность при осуществлении электронной коммерции.
10. Электронная цифровая подпись, протоколы безопасности.
10. Платежные системы в Интернете. Проблема платежей.
12. Преимущества и недостатки различных типов платежных систем.
13. Шлюзовые платежные системы.
14. Системы управления счетом.
15. Системы «электронных наличных».
16. Российские платежные системы.

#### **4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации**

**4.2.1. Зачет.** Тема 1. Основные понятия цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 2. Анализ рыночного потенциала и выбор стратегии цифрового бизнеса и электронной коммерции, Тема 3. Оценка эффективности проектов цифрового бизнеса и электронной коммерции

##### **4.2.1.1. Порядок проведения.**

По дисциплине предусмотрен зачет. Зачет проходит по тестам. Два варианта. В каждом варианте 20 тестовых вопросов.

##### **4.2.1.2. Критерии оценивания.**

Максимальный балл за тестирование - 50 баллов

**Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:**  
допустил 1 - 2 ошибки

**Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:**  
допустил от 3 до 5 ошибок

**Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:**  
допустил от 6 до 9 ошибок

**Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:**  
допустил более 10 ошибок

##### **4.2.1.3. Содержание оценочного средства**

### **Вопросы для проверки компетенции: ОПК-5**

#### **Вариант 1**

**1. Выберите один правильный ответ.** Что такое «цифровая бизнес-модель»?

- а) Модель, основанная исключительно на офлайн-продажах
- б) Способ создания ценности и получения дохода с использованием цифровых технологий
- в) План бухгалтерского учёта
- г) Модель управления персоналом

Ответ: б

**2. Выберите один правильный ответ.** Какой показатель измеряет стоимость привлечения одного клиента?

- а) Customer Lifetime Value (LTV)
- б) Customer Acquisition Cost (CAC)
- в) Return on Investment (ROI)
- г) Bounce Rate

Ответ: б

**3. Выберите один правильный ответ.** Что такое «CRM-система»?

- а) Система управления цепочками поставок
- б) Система управления взаимоотношениями с клиентами
- в) Система управления складом
- г) Система управления проектами

Ответ: б

**4. Выберите один правильный ответ.** Какой канал трафика является платным?

- а) Органический поиск (SEO)
- б) Прямые заходы
- в) Контекстная реклама
- г) Реферальный трафик

Ответ: в

**5. Выберите один правильный ответ.** Что такое «upselling» в электронной коммерции?

- а) Продажа более дорогой версии товара или дополнительных услуг текущему клиенту
- б) Продажа товара по сниженной цене
- в) Отказ от продажи
- г) Привлечение нового клиента

Ответ: а

**6. Выберите один правильный ответ.** Какая бизнес-модель предполагает получение дохода от регулярных платежей за доступ к продукту или услуге?

- а) Модель подписки (Subscription)
- б) Модель прямых продаж
- в) Фримиум (Freemium)
- г) Рекламная модель

Ответ: а

**7. Выберите один правильный ответ.** Что такое «конверсия» сайта?

- а) Количество просмотров страницы
- б) Отношение числа посетителей, выполнивших целевое действие, к общему числу посетителей
- в) Скорость загрузки сайта
- г) Стоимость размещения сайта в интернете

Ответ: б

**8. Выберите один правильный ответ.** Какой инструмент используется для анализа поведения пользователей на сайте?

- а) Google Analytics
- б) Microsoft Word
- в) Adobe Photoshop
- г) 1С:Бухгалтерия

Ответ: а

**9. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных моделей монетизации относятся к цифровому бизнесу?

- а) Продажа рекламы
- б) Модель комиссии (маркетплейс)
- в) Продажа товаров с полок магазина
- г) Прием наличных платежей

Ответ: а, б

**10. Выберите три правильных ответа.** Какие из перечисленных элементов являются критически важными для успеха интернет-магазина?

- а) Удобный и понятный интерфейс (UI/UX)
- б) Надежная и быстрая доставка
- в) Качественные фотографии и описания товаров
- г) Отсутствие службы поддержки

Ответ: а, б, в

**11. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных стратегий используются для удержания клиентов?

- а) Программа лояльности
- б) Единоразовая акция для новых клиентов
- в) Персонализированные email-рассылки
- г) Игнорирование отзывов клиентов

Ответ: а, в

**12. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных технологий используются в электронной коммерции для повышения конверсии?

- а) Чат-боты для онлайн-консультаций
- б) Рекомендательные системы
- в) Факсовые аппараты
- г) Бумажные каталоги

Ответ: а, б

**13. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных метрик относятся к аналитике электронной коммерции?

- а) Средний чек
- б) Глубина просмотра
- в) Количество сотрудников в офисе
- г) Площадь складского помещения

Ответ: а, б

**14. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных каналов используются для продвижения цифрового бизнеса?

- а) Таргетированная реклама в социальных сетях
- б) SEO-оптимизация сайта
- в) Раздача листовок на улице
- г) Реклама на радио

Ответ: а, б

**15. Установите соответствие между типом бизнес-модели и ее описанием.**

Типы бизнес-моделей:

1. Marketplace (Маркетплейс)

2. Freemium (Фримииум)
3. Subscription (Подписка)
4. Affiliate Marketing (Партнерский маркетинг)

Описания:

- А. Платформа, соединяющая продавцов и покупателей, получающая комиссию с сделки
- Б. Получение дохода за рекомендацию товаров или услуг других компаний
- В. Бесплатное предоставление базового функционала с платным доступом к расширенным возможностям
- Г. Регулярная оплата за постоянный доступ к продукту или услуге

Ответ: 1-А, 2-В, 3-Г, 4-Б

#### **16. Установите соответствие между понятием и его определением.**

Понятия:

1. LTV (Lifetime Value)
2. SEO (Search Engine Optimization)
3. KPI (Key Performance Indicator)
4. UI/UX (User Interface/User Experience)

Определения:

- А. Совокупный доход, который компания получает от одного клиента за все время сотрудничества
- Б. Процесс оптимизации сайта для повышения его позиций в поисковых системах
- В. Ключевой показатель эффективности для оценки достижения целей
- Г. Пользовательский интерфейс и пользовательский опыт

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г

**17. Напишите ответ на вопрос.** Процесс привлечения на сайт целевых посетителей из поисковых систем без оплаты за клик называется \_\_\_\_\_ оптимизация.

Ответ: SEO (или поисковая)

**18. Напишите ответ на вопрос.** Стратегия продажи дополнительных товаров или услуг к основному заказу называется \_\_\_\_\_-selling.

Ответ: кросс

**19. Укажите правильную последовательность воронки продаж в электронной коммерции.**

- а) Знакомство (осведомленность)
- б) Конверсия (совершение покупки)
- в) Удержание и лояльность
- г) Рассмотрение и интерес

Ответ: а, г, б, в

**20. Укажите правильную последовательность этапов запуска контекстной рекламной кампании.**

- а) Создание объявлений и набор ключевых слов
- б) Анализ результатов и оптимизация
- в) Определение цели и целевой аудитории
- г) Настройка ставок и запуск кампании

Ответ: в, а, г, б

#### **Вариант 2**

**1. Выберите один правильный ответ.** Что такое «платформенная бизнес-модель»?

- а) Модель, при которой компания сама производит и продает товары

- б) Модель, создающая ценность путем содействия обмену между двумя или более группами пользователей на базе цифровой платформы
  - в) Модель, основанная на продаже франшизы
  - г) Модель, не использующая интернет
- Ответ: б

**2. Выберите один правильный ответ.** Какой показатель отражает общую прибыль от клиента за все время его взаимодействия с компанией?

- а) Customer Acquisition Cost (CAC)
- б) Lifetime Value (LTV)
- в) Conversion Rate
- г) Traffic

Ответ: б

**3. Выберите один правильный ответ.** Что такое «ERP-система»?

- а) Система планирования ресурсов предприятия
- б) Система электронных платежей
- в) Система управления email-рассылками
- г) Система для создания логотипов

Ответ: а

**4. Выберите один правильный ответ.** Какой канал трафика является бесплатным в долгосрочной перспективе?

- а) Контекстная реклама
- б) Таргетированная реклама
- в) Поисковая оптимизация (SEO)
- г) Баннерная реклама

Ответ: в

**5. Выберите один правильный ответ.** Что такое «cross-selling»?

- а) Продажа дополнительных или сопутствующих товаров к основному
- б) Продажа товара по себестоимости
- в) Продажа компании конкурентам
- г) Привлечение клиентов из-за рубежа

Ответ: а

**6. Выберите один правильный ответ.** Какая бизнес-модель основана на предоставлении базовой версии продукта бесплатно с последующей платой за расширенные функции?

- а) Модель подписки
- б) Фриимиум (Freemium)
- в) Модель прямых продаж
- г) Рекламная модель

Ответ: б

**7. Выберите один правильный ответ.** Что такое «отток клиентов» (churn rate)?

- а) Скорость привлечения новых клиентов
- б) Процент клиентов, которые перестали пользоваться услугой за определенный период
- в) Уровень удовлетворенности клиентов
- г) Количество транзакций на одного клиента

Ответ: б

**8. Выберите один правильный ответ.** Какой инструмент используется для автоматизации email-маркетинга?

- а) MailChimp или SendPulse
- б) Photoshop
- в) Excel
- г) PowerPoint

Ответ: а

**9. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных стратегий помогают снизить САС (стоимость привлечения клиента)?

- а) Улучшение виральности продукта
- б) Увеличение рекламного бюджета без анализа
- в) Оптимизация воронки продаж
- г) Игнорирование отзывов клиентов

Ответ: а, в

**10. Выберите три правильных ответа.** Какие из перечисленных факторов влияют на доверие к интернет-магазину?

- а) Наличие отзывов и рейтингов
- б) Простая и безопасная процедура оплаты
- в) Наличие контактной информации и службы поддержки
- г) Долгая и сложная форма оформления заказа

Ответ: а, б, в

**11. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных технологий относятся к электронным платежным системам?

- а) Apple Pay / Google Pay
- б) Банковский перевод
- в) Криптовалюты (например, Bitcoin)
- г) Наличный расчет при доставке

Ответ: а, в

**12. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных действий относятся к этапу «рассмотрение» в воронке продаж?

- а) Просмотр отзывов и сравнение товаров
- б) Первый визит на сайт по рекламе
- в) Добавление товара в корзину
- г) Регистрация на сайте

Ответ: а, в

**13. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных метрик используются для оценки эффективности сайта

- а) Показатель отказов (Bounce Rate)
- б) Глубина просмотра
- в) Количество сотрудников
- г) Скорость интернета

Ответ: а, б

**14. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных инструментов используются в цифровом маркетинге?

- а) CRM-система
- б) Сервисы сквозной аналитики

- в) Печатный пресс-релиз
  - г) Реклама на билбордах
- Ответ: а, б

**15. Установите соответствие между стратегией ценообразования и ее описанием.**

Стратегии ценообразования:

1. Ценообразование по стоимости (Cost-Plus)
2. Ценностное ценообразование (Value-Based)
3. Ценообразование по конкурентам
4. Динамическое ценообразование

Описания:

- А. Установление цены на основе воспринимаемой ценности товара для клиента
- Б. Установление цены на основе анализа цен конкурентов
- В. Установление цены путем добавления наценки к себестоимости
- Г. Автоматическое изменение цены в зависимости от спроса и других факторов

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г

**16. Установите соответствие между типом лидогенерации и его примером.**

Типы лидогенерации:

1. Лендинг (посадочная страница)
2. Вебинар
3. Контекстная реклама
4. Партнерская программа

Примеры:

- А. Тип рекламы, который показывает объявления пользователям на основе их поисковых запросов, интересов и поведения в интернете
- Б. Одностраничный сайт, где описан продукт или услуга, и предназначенный для сбора контактов
- В. Онлайн-семинар, который проводится в режиме реального времени через интернет для привлечения потенциальных клиентов
- Г. Программа мотивации партнеров за привлечение новых клиентов

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г

**17. Напишите ответ на вопрос.** Показатель, отражающий процент посетителей сайта, которые ушли после просмотра только одной страницы, называется \_\_\_\_\_ отказов.

Ответ: показатель (или bounce rate)

**18. Напишите ответ на вопрос.** Модель бизнеса, при которой компания не производит товары, а только предоставляет цифровую платформу для взаимодействия покупателей и продавцов, называется \_\_\_\_\_.

Ответ: маркетплейс

**19. Укажите правильную последовательность работы с клиентом после покупки.**

- а) Отправка подтверждения заказа и трекинга доставки
- б) Послепродажное обслуживание и сбор обратной связи
- в) Стимулирование повторной покупки
- г) Выполнение заказа и доставка

Ответ: а, г, б, в

**20. Укажите правильную последовательность разработки цифрового продукта по методологии Agile.**

- а) Спринт (разработка и тестирование части функционала)

- б) Создание бэклога продукта (список требований)
  - в) Планирование спринта
  - г) Ретроспектива и планирование следующего спринта
- Ответ: б, в, а, г

## Вопросы для проверки компетенции: ПК-1

### Вариант 1

**1. Выберите один правильный ответ.** Что такое «А/В тестирование»?

- а) Сравнение двух версий страницы или ее элемента для определения более эффективной
- б) Тестирование скорости интернета
- в) Анализ двух разных бизнес-моделей
- г) Сравнение цен двух конкурентов

Ответ: а

**2. Выберите один правильный ответ.** Какой показатель помогает оценить рентабельность инвестиций в маркетинг?

- а) ROMI (Return on Marketing Investment)
- б) SAC (Customer Acquisition Cost)
- в) LTV (Lifetime Value)
- г) CTR (Click-Through Rate)

Ответ: а

**3. Выберите один правильный ответ.** Что такое «сквозная аналитика»?

- а) Измерение всех этапов взаимодействия клиента с брендом, от первого касания до покупки
- б) Анализ только финального этапа покупки
- в) Учёт только офлайн-продаж
- г) Анализ работы конкурентов

Ответ: а

**4. Выберите один правильный ответ.** Какой канал продвижения основан на создании и распространении ценного контента?

- а) Контент-маркетинг
- б) Холодные звонки
- в) Спам-рассылка
- г) Наружная реклама

Ответ: а

**5. Выберите один правильный ответ.** Что такое «персонализация» в электронной коммерции?

- а) Настройка контента и предложений под конкретного пользователя
- б) Создание универсального предложения для всех
- в) Отказ от сбора данных о пользователях
- г) Увеличение цены для всех клиентов

Ответ: а

**6. Выберите один правильный ответ.** Какая бизнес-модель предполагает получение дохода от продажи товаров или услуг через посредников (партнеров)?

- а) Партнерский маркетинг (Affiliate)
- б) Модель подписки
- в) Фриимиум (Freemium)
- г) Прямые продажи

Ответ: а

**7. Выберите один правильный ответ.** Что такое «карта пути клиента» (Customer Journey Map)?

- а) Географическая карта расположения клиентов
- б) Визуализация всех этапов и каналов взаимодействия клиента с компанией
- в) Карта расположения магазинов
- г) График работы отдела продаж

Ответ: б

**8. Выберите один правильный ответ.** Какой инструмент используется для управления проектами в цифровом бизнесе?

- а) Trello, Asana, Jira
- б) Adobe Illustrator
- в) 1С:Розница
- г) Microsoft Paint

Ответ: а

**9. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных факторов важны для построения долгосрочных отношений с клиентом (LTV)?

- а) Качество продукта и обслуживания
- б) Единоразовая акция
- в) Персонализированные коммуникации
- г) Отсутствие обратной связи

Ответ: а, в

**10. Выберите три правильных ответа.** Какие из перечисленных технологий используются для улучшения пользовательского опыта (UX)?

- а) Умные рекомендации
- б) Быстрая загрузка страниц
- в) Адаптивный дизайн для мобильных устройств
- г) Сложная навигация по сайту

Ответ: а, б, в

**11. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных стратегий используются в социальных сетях для продвижения бизнеса?

- а) Создание вовлекающего контента (сторис, посты)
- б) Холодные сообщения незнакомым людям
- в) Проведение конкурсов и розыгрышей
- г) Игнорирование комментариев и сообщений

Ответ: а, в

**12. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных элементов входят в цифровую экосистему бизнеса?

- а) Веб-сайт и мобильное приложение
- б) Социальные сети и мессенджеры
- в) Офлайн-бухгалтерия
- г) Бумажные носители

Ответ: а, б

**13. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных метрик измеряют вовлеченность в социальных сетях?

- а) ER (Engagement Rate)

- б) Количество лайков, комментариев, репостов
  - в) Количество просмотров
  - г) Скорость интернета в офисе
- Ответ: а, б

**14. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных действий относятся к этапу «лояльность» в воронке продаж?

- а) Участие в программе лояльности
  - б) Совершение повторных покупок
  - в) Первый визит на сайт
  - г) Оформление заказа
- Ответ: а, б

**15. Установите соответствие между понятием и его определением.**

Понятия:

1. Пользовательский опыт (UX)
2. Пользовательский интерфейс (UI)
3. Call to Action (CTA)
4. Показатель отказов (Bounce Rate)

Определения:

- А. Визуальная часть интерфейса сайта или приложения (кнопки, шрифты, цвета)
- Б. Призыв к целевому действию (например, «Купить», «Подписаться»)
- В. Общее восприятие и чувства пользователя при взаимодействии с продуктом
- Г. Процент посетителей, покинувших сайт после просмотра одной страницы

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г

**16. Установите соответствие между моделью электронной коммерции и её описанием.**

Модели электронной коммерции:

1. B2C (Business-to-Consumer)
2. B2B (Business-to-Business)
3. C2C (Consumer-to-Consumer)
4. C2B (Consumer-to-Business)

Описания:

- А. Продажа товаров и услуг между компаниями
- Б. Продажа товаров и услуг от компании конечному потребителю
- В. Продажа товаров и услуг между потребителями (например, на Avito)
- Г. Когда потребитель предлагает товары или услуги компании (например, фриланс)

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г

**17. Напишите ответ на вопрос.** Стратегия привлечения клиентов, при которой довольные клиенты рекомендуют бренд другим, называется \_\_\_\_\_ маркетинг.

Ответ: сарафанный (или «виральный»)

**18. Напишите ответ на вопрос.** Призыв к целевому действию на сайте, например, кнопка «Купить» или «Заказать», называется \_\_\_\_\_ к действию.

Ответ: призыв(или «Call to Action»)

**19. Укажите правильную последовательность процесса онбординга нового клиента в SaaS-бизнесе.**

- а) Обучение использованию продукта
- б) Регистрация и активация аккаунта

- в) Достижение первой цели («момент вау»)
  - г) Знакомство с основными функциями
- Ответ: б, а, г, в

**20. Укажите правильную последовательность реализации CRO (Conversion Rate Optimization).**

- а) Выдвижение гипотез для улучшения конверсии
  - б) Анализ данных и выявление проблемных мест
  - в) Проведение A/B теста
  - г) Внедрение выигрышной версии
- Ответ: б, а, в, г

**Вариант 2**

**1. Выберите один правильный ответ.** Что такое «дата-драйвен маркетинг» (Data-Driven Marketing)?

- а) Маркетинг, основанный на интуиции маркетолога
  - б) Принятие маркетинговых решений на основе анализа данных
  - в) Маркетинг, игнорирующий данные о клиентах
  - г) Случайный выбор каналов продвижения
- Ответ: б

**2. Выберите один правильный ответ.** Какой показатель измеряет соотношение между стоимостью привлечения клиента и его пожизненной ценностью?

- а) LTV/CAC Ratio
  - б) ROI
  - в) CTR
  - г) Bounce Rate
- Ответ: а

**3. Выберите один правильный ответ.** Что такое «CMS» (Content Management System)?

- а) Система управления контентом сайта
  - б) Система управления складом
  - в) Система управления клиентами
  - г) Система управления финансами
- Ответ: а

**4. Выберите один правильный ответ.** Какой канал трафика основан на рекомендациях от других пользователей?

- а) Реферальный трафик
  - б) Прямой трафик
  - в) Платный поиск
  - г) Органический поиск
- Ответ: а

**5. Выберите один правильный ответ.** Что такое «нишевый маркетинг»?

- а) Стратегия, направленная на широкую аудиторию
  - б) Стратегия фокусировки на узком сегменте рынка
  - в) Маркетинг, игнорирующий потребности клиентов
  - г) Маркетинг только для крупных корпораций
- Ответ: б

**6. Выберите один правильный ответ.** Какая бизнес-модель предполагает получение дохода от предоставления программного обеспечения как услуги?

- а) SaaS (Software as a Service)
- б) Модель одноразовой продажи лицензии
- в) Рекламная модель
- г) Производство оборудования

Ответ: а

**7. Выберите один правильный ответ.** Что такое «минимально жизнеспособный продукт» (MVP)?

- а) Продукт с максимальным количеством функций
- б) Версия продукта с минимальными функциями, достаточными для тестирования гипотез на рынке
- в) Окончательная версия продукта
- г) Продукт, скопированный у конкурентов

Ответ: б

**8. Выберите один правильный ответ.** Какой инструмент используется для исследования ключевых слов в SEO?

- а) Google Keyword Planner
- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Premiere Pro
- г) Corel Draw

Ответ: а

**9. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных тактик используются для увеличения среднего чека?

- а) Upselling (продажа более дорогого аналога)
- б) Cross-selling (продажа сопутствующих товаров)
- в) Снижение цен на все товары
- г) Уменьшение ассортимента

Ответ: а, б

**10. Выберите три правильных ответа.** Какие из перечисленных критериев важны для выбора ниши в digital-бизнесе?

- а) Наличие спроса
- б) Уровень конкуренции
- в) Ваша экспертиза и интерес к нише
- г) Полное отсутствие конкурентов

Ответ: а, б, в

**11. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных инструментов используются для автоматизации маркетинга?

- а) CRM-системы с функциями маркетинга
- б) Платформы для email-маркетинга
- в) Бумажные дневники
- г) Холодные звонки без скриптов

Ответ: а, б

**12. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных элементов являются частью сильного ценностного предложения

- а) Четкое описание выгоды для клиента

- б) Уникальность предложения на рынке
- в) Сложный для понимания текст
- г) Отсутствие призыва к действию

Ответ: а, б

**13. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных метрик отслеживаются в социальных сетях?

- а) Охват (Reach)
- б) Количество подписчиков (Followers)
- в) Количество офлайн посетителей
- г) Объём продаж за день

Ответ: а, б

**14. Выберите два правильных ответа.** Какие из перечисленных стратегий помогают бороться с оттоком клиентов (churn)?

- а) Проактивная поддержка и сбор обратной связи
- б) Введение программ лояльности
- в) Усложнение процедуры отмены подписки
- г) Игнорирование жалоб клиентов

Ответ: а, б

**15. Установите соответствие между этапом жизненного цикла клиента и маркетинговой задачей.**

Этапы жизненного цикла клиентов:

1. Привлечение (Acquisition)
2. Удержание (Retention)
3. Монетизация (Monetization)
4. Возврат (Reactivation)

Маркетинговые задачи:

- А. Повышение лояльности и частоты покупок
- Б. Привлечение внимания и генерация лидов
- В. Стимулирование повторных покупок у «уснувших» клиентов
- Г. Увеличение среднего чека и LTV

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-Г, 4-В

**16. Установите соответствие между технологическим трендом и его применением в электронной коммерции.**

Технологические тренды:

1. Искусственный интеллект (AI)
2. Дополненная реальность (AR)
3. Голосовые помощники
4. Блокчейн

Примеры в электронной коммерции:

- А. «Примерка» одежды или мебели онлайн
- Б. Персонализированные рекомендации и чат-боты
- В. Заказ товаров с помощью голоса
- Г. Повышение прозрачности цепочек поставок

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г

**17. Напишите ответ на вопрос.** Продажа программного обеспечения, доступного через подписку через интернет, называется \_\_\_\_\_ как услуга.

Ответ: программное обеспечение (или «SaaS»)

**18. Напишите ответ на вопрос.** Процесс улучшения сайта с целью увеличения доли посетителей, совершающих целевое действие, называется оптимизация \_\_\_\_\_.  
Ответ: конверсии (или «CRO»)

**19. Укажите правильную последовательность создания контентной стратегии.**

- а) Анализ целевой аудитории и её потребностей
- б) Планирование контента и каналов распространения
- в) Создание и публикация контента
- г) Измерение эффективности и корректировка стратегии

Ответ: а, б, в, г

**20. Укажите правильную последовательность обработки заказа в интернет-магазине.**

- а) Приём и подтверждение заказа
- б) Комплектация и отгрузка товара со склада
- в) Доставка товара клиенту
- г) Оформление возврата (в случае необходимости)

Ответ: а, б, в, г

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки/специальность: 38.04.01 Экономика  
Направленность (профиль) подготовки: Региональная экономика  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: очная  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

1. Электронная коммерция: учебник / Л.А.Брагин, Г.Г.Иванов, А.Ф.Никишин, Т.В.Панкина. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2022. – 192 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=400267>
2. Ермилина Д. А., Соклакова И. В., Горлов В. В. Инвестиционный менеджмент в национальной экономике: история, реалии и перспективы: Монография. – М.: Издательство «Дашков и К», 2021. – 212 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/173955>
3. Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст: сб. науч. ст. – Гродно: Издательство Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, 2020. – 554 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/262631>
4. Трансформация государственного сектора и эффективность его функционирования в национальной экономике: монография / С.К.Демченко, А.В.Ревкуц, С.А.Жиронкин и др. – Красноярск: Сиб.федер.ун-т, 2019. – 136 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=380219>
5. Государственное регулирование национальной экономики. Новые направления теории: гуманистический подход: учебное пособие / Д.С.Петросян. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 300 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=399934>
6. Национальная экономика: учебник / под ред. П.В.Савченко. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 806 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=414223>
7. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / Ма Хуатэн, Мэн Чжаоли, Ян Дели, Ван Хуалей; Пер. с кит. – М.: Интеллектуальная литература, 2019. – 250 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=352156>
8. Национальная экономика: обеспечение продовольственной безопасности в условиях интеграции и глобализации: монография / под.ред. акад. Э.Н.Крылатых, проф. В.З.Мазлоева. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 238 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=391306>

### **Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки/специальность: 38.04.01 Экономика  
Направленность (профиль) подготовки: Региональная экономика  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: очная  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

1. Операционная система Windows,
2. Microsoft Office,
3. Kaspersky Free для Windows,
4. GIMP,
5. Inkscape,
6. Notepad ++,
7. Python,
8. Lazarus,
9. Деловая игра: Корпорация плюс.
10. Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.
11. Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.
12. Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью

соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.