Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 10.11.2026 00:00:05
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Менеджмент непроизводственной сферы
(наименование образовательной программы)

очно-заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Жукова Алеся Олеговна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС

протокол № 11 от «18» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)*	**Код компетенции**	**Наименование компетенции**	**Код индикатора достижения компетенций**	**Наименование индикатора достижения компетенций**	**Образовательный результат**
D/01.6 Формирование информационного взаимодействия руководителя с организациями, 07.002 «Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 15 июня 2020 года №333н.	ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.2	Применяет современные цифровые технологии в процессе сбора, передачи, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач	*ОПК-2.2. З-1.* *Знает современные цифровые инструменты и технологии, используемые для сбора, передачи, обработки и анализа данных в управленческой деятельности, включая основы языка гипертекстовой разметки (HTML) для представления и передачи информации, а также функциональные возможности прикладного программного обеспечения (электронные таблицы и системы управления базами данных) для статистической обработки, прогнозирования и структурированного хранения данных* *ОПК-2.2. З-2.* *Знает методологию и этапы анализа данных для решения управленческих задач* *ОПК-2.2. З-3.* *Знает современные цифровые технологии и инструменты для*

					управления стартапом; принципы выбора цифровых решений в зависимости от этапа развития стартапа и решаемых управленческих задач *ОПК-2.2. З-4.* *Знает современные цифровые технологии и инструменты в сфере электронной коммерции и электронного документооборота; принципы их применения для сбора, передачи, обработки и анализа данных* *ОПК-2.2. З-5.* *Знает современные цифровые технологии для организации информационных потоков в сфере услуг; принципы построения и оптимизации информационных потоков в сервисной организации* *ОПК-2.2. У-1.* *Умеет подбирать оптимальные цифровые технологии и сервисы под конкретную управленческую задачу, использовать цифровые инструменты для сбора и обработки данных* *ОПК-2.2. У-2.* *Умеет анализировать данные и представлять результаты для принятия управленческих решений: проводить базовый статистический анализ данных, строить прогнозы и сценарии, визуализировать результаты анализа, аргументировать*

					управленческие решения на основе данных, демонстрируя связь между анализом и предлагаемыми действиями *ОПК-2.2. У-2.* *Умеет применять современные цифровые технологии для решения управленческих задач: использовать инструменты гипертекстовой разметки для передачи и визуализации данных; обрабатывать эмпирические данные; а также организовывать хранение, анализ и структурирование данных в системах управления базами данных* *ОПК-2.2. У-3.* *Умеет применять цифровые технологии для сбора данных о клиентах, передачи информации внутри команды и стейкхолдерам, обработки и анализа данных; использовать цифровые инструменты для расчета ключевых метрик стартапа, визуализации результатов и принятия обоснованных управленческих решений* *ОПК-2.2. У-4.* *Умеет применять цифровые технологии для сбора данных о потребительском поведении и транзакциях, автоматизации документооборота, обработки и анализа данных в электронной коммерции; использовать цифровые инструменты для принятия*

					управленческих решений в сфере электронной коммерции *ОПК-2.2. У-5.* *Умеет применять цифровые технологии для сбора, передачи, обработки и анализа информации о клиентах, заявках и качестве обслуживания; использовать цифровые инструменты для расчета ключевых показателей эффективности сервиса, выявления узких мест в информационных потоках и принятия обоснованных управленческих решений*
	ПК-1	Способен обеспечивать информационное взаимодействие руководителя с организациями	ПК-1.1	Отбирает источники информации в соответствии с заданными критериями	*ПК-1.1. З-4 Знает особенности формирования внешних и внутренних информационных потоков* *ПК-1.1. З-6 Знает правила формирования и использования баз данных* *ПК-1.1. З-7 Знает современные методы и технические средства сбора, обработки, сохранения и передачи информации* *ПК-1.1. З-9 Знает современные информационные технологии* *ПК-1.1. У-1 Умеет* *анализировать и отбирать источники информации по критериям полноты, достоверности, своевременности* *ПК-1.1. У-5 Умеет* *Производить поиск информации в*

					существующих базах данных *ПК-1.1. У-7 Умеет* *работать с компьютером, использовать офисный пакет*
			ПК-1.7	Готовит документы для заключения соглашений о сотрудничестве	*ПК-1.7. З-1Знает внутреннюю и внешнюю политику организации* *ПК-1.7. З-2Знает принципы представительства в государственных органах* *ПК-1.7. З-6Знает правила формирования и использования баз данных* *ПК-1.7. З-8Знает правила защиты конфиденциальной служебной информации* *ПК-1.7. У-2 Умеет собирать, обрабатывать и анализировать информацию в соответствии с заданными требованиями* *ПК-1.7. У-5 Умеет производить поиск информации в существующих базах данных* *ПК-1.7. У-7 Умеет работать с компьютером, использовать офисный пакет*

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

4,00 з.е., 144 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 42 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 18 ак.час на лекции и 24 ак.час на практические занятия. 73 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения реализуется на 3-м курсе в 6-м семестре после изучения дисциплин:

- Информационные технологии в профессиональной деятельности;
- Методы сбора и анализа управленческой информации.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
РАЗДЕЛ 1. ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ И РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ														
Тема 1.1.	Организация документооборота при цифровой трансформации и реинжиниринге	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	8	Доклад, Тестирование

	бизнес-процессов в электронной коммерции													
Тема 1.2.	Документационное обеспечение управления разработкой продукта в digital-среде	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	8	Опрос, Тестирование, Контрольное задание
Тема 1.3.	Регламентация взаимодействия при управлении цифровыми платформами и экосистемами в электронной коммерции	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание
РАЗДЕЛ 2. ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО, ФИНАНСОВОГО И МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ														
Тема 2.1.	Управление контентом и цифровыми активами: порядок создания, хранения, согласования и	14	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание

	архивации												
Тема 2.2.	Документальное сопровождение финансового моделирования и оценки инвестиционной привлекательности e-business	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.3.	Организация маркетингового документооборота в электронной коммерции	14	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание
РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ И СЕРВИСНОЕ ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЦИФРОВОГО БИЗНЕСА													
Тема 3.1.	Документационное обеспечение управления клиентским опытом и сервисного	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание

	обслуживания													
Тема 3.2.	Организационная структура и регламентация работы команды в электронной коммерции	12	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	8	Тестирование, Контрольное задание
Тема 3.3.	Информационная безопасность, юридические и финансовые аспекты: документальное оформление электронных сделок и первичного учёта	15	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	9	Тестирование, Контрольное задание
Промежуточная аттестация		29	0	0	0	0	0	0	2	9	0	18	0	Экзамен
Итого		144	18	0	0	24	0	0	2	9	0	18	73	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).
ИК – индивидуальные консультации.
КСР – контроль самостоятельной работы
КЭ – консультации перед экзаменом
Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий
СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.
СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.
СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Документационное обеспечение процессов цифровой трансформации и разработки продуктов в электронной коммерции

Тема 1.1. Организация документооборота при цифровой трансформации и реинжиниринге бизнес-процессов в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Цифровая трансформация документооборота в e-commerce: переход от бумажных к электронным форматам (EDI, API, блокчейн). Реинжиниринг процессов: анализ текущих потоков документов, устранение дублирования, внедрение сквозных цифровых маршрутов. Применение современных цифровых технологий (СЭД/ECM системы, роботизация RPA, облачные хранилища) для автоматизации сбора, передачи, обработки и анализа документов. Отбор источников информации о лучших практиках цифрового документооборота (научные статьи, кейсы маркетплейсов, аналитика вендоров). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с провайдерами цифровых решений (лицензионные договоры, SLA, соглашения об интеграции). Оценка эффективности внедрения цифрового документооборота.

Тема 1.2. Документационное обеспечение управления разработкой продукта в digital-среде. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Документирование жизненного цикла цифрового продукта (сайт, мобильное приложение, платформа): техническое задание (ТЗ), бэклог, пользовательские истории, спецификации API, чек-листы тестирования, релизные заметки. Применение цифровых технологий (Jira, Confluence, Trello, Git, Swagger) для коллективной работы с документацией, версионирования и анализа статусов задач. Отбор источников информации о требованиях к продукту (аналитика рынка, метрики текущего продукта, обратная связь пользователей, бенчмарки конкурентов). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с разработчиками, тестировщиками, подрядчиками (договоры на разработку, акты приемки, соглашения об уровне услуг). Внедрение системы документационного обеспечения разработки.

Тема 1.3. Регламентация взаимодействия при управлении цифровыми платформами и экосистемами в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Регламенты взаимодействия участников цифровой экосистемы:

маркетплейс — продавец — логист — платежный агрегатор — клиент. Типы документов: регламенты интеграции (API), соглашения об информационном обмене, протоколы обработки заказов, стандарты возвратов. Применение цифровых технологий (системы управления очередностью, автоматизация уведомлений, сквозная аналитика транзакций) для сбора, передачи и обработки данных о взаимодействии. Отбор источников информации о конфликтных ситуациях и узких местах (логи ошибок, обращения в поддержку, журналы событий). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве между участниками экосистемы (партнерские договоры, агентские соглашения, регламенты информационного обмена). Оценка эффективности регламентов.

Раздел 2. Документальное сопровождение операционного, финансового и маркетингового менеджмента в электронном бизнесе

Тема 2.1. Управление контентом и цифровыми активами: порядок создания, хранения, согласования и архивации. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Документирование контент-процессов в e-commerce: создание (тексты, фото, видео, 3D-модели), согласование (чек-листы, статусы), хранение (DAM-системы), архивация (политики retention). Категории цифровых активов: контент карточек товаров, баннеры, email-рассылки, посты в соцсетях. Применение цифровых технологий (DAM, CMS, PIM, облачные хранилища с правами доступа) для обработки и анализа использования контента (популярность, конверсия). Отбор источников информации для обновления контента (аналитика поисковых запросов, A/B-тесты, метрики вовлеченности). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с контент-провайдерами (фотографы, копирайтеры, дизайнеры, студии) — договоры авторского заказа, лицензионные договоры, акты приемки. Оценка эффективности управления цифровыми активами.

Тема 2.2. Документальное сопровождение финансового моделирования и оценки инвестиционной привлекательности e-business. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Финансовые документы e-commerce проекта: модель юнит-экономики (CAC, LTV, AOV, ROAS), P&L, cash flow, инвестиционный меморандум, бизнес-план. Документирование допущений и сценариев. Применение цифровых технологий (Excel с макросами, Google Sheets с API, BI-системы,

финансовые симуляторы) для сбора и обработки данных (выручка, затраты, маржинальность), анализа сценариев и визуализации. Отбор источников информации для моделирования (бухгалтерская отчетность, метрики аналитических систем (GA, Metrica), маркетинговые отчеты, данные конкурентов). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с инвесторами, банками, краудинвестинговыми платформами (инвестиционные договоры, меморандумы, оферты). Оценка инвестиционной привлекательности на основе разработанных моделей.

Тема 2.3. Организация маркетингового документооборота в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Маркетинговые документы в e-commerce: публичная оферта, договоры с партнерами (агентские, на рекламные услуги), акты выполненных работ, брифы на креатив, медиапланы, отчеты о кампаниях. Специфика электронного документооборота: квалифицированная электронная подпись (КЭП), акцепт оферты действиями, автоматическая генерация актов. Применение цифровых технологий (системы электронного документооборота, CRM с модулем документов, интеграции с рекламными кабинетами) для сбора и обработки данных о кампаниях (расходы, конверсии, ROI). Отбор источников информации для отчетности (данные рекламных систем, коллтрекинга, веб-аналитики). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с маркетинговыми агентствами, фрилансерами, рекламными площадками (договоры, рамочные соглашения, акты). Оценка эффективности маркетингового документооборота.

Раздел 3. Организационно-правовое и сервисное документационное обеспечение цифрового бизнеса

Тема 3.1. Документационное обеспечение управления клиентским опытом и сервисного обслуживания. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Документирование клиентского опыта (CX) в e-commerce: карта пути клиента (Customer Journey Map), стандарты обслуживания (SLA), скрипты и протоколы общения, инструкции по обработке обращений, возвратов и претензий. Документы для поддержки (база знаний, FAQ, чек-листы для операторов). Применение цифровых технологий (Helpdesk-системы (Zendesk, Freshdesk), чат-боты, CRM, системы сбора обратной связи) для сбора и обработки данных о клиентских обращениях (темы, время реакции, CSAT, NPS). Отбор источников информации для улучшения сервиса (журналы обращений, записи диалогов, отзывы, опросы). Подготовка

документов для заключения соглашений о сотрудничестве с аутсорсинговыми контакт-центрами, сервисными партнерами (договоры на обслуживание, SLA, соглашения о конфиденциальности). Оценка эффективности внедрения стандартов обслуживания.

Тема 3.2. Организационная структура и регламентация работы команды в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Документирование оргструктуры e-commerce команды: положения о подразделениях (маркетинг, разработка, логистика, поддержка), должностные инструкции, матрицы ответственности (RACI), регламенты взаимодействия, системы KPI и грейдов. Применение цифровых технологий (HRIS-системы, корпоративные порталы, инструменты для постановки задач (OKR, SMART) и сбора данных о результатах) для обработки и анализа эффективности персонала (выполнение KPI, загрузка). Отбор источников информации для актуализации оргструктуры и KPI (стратегия компании, операционные метрики, бенчмарки по рынку, обратная связь от сотрудников). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с кадровыми агентствами, HR-подрядчиками, платформами для поиска персонала (договоры на подбор, оказание HR-услуг). Оценка эффективности оргструктуры и регламентов работы команды.

Тема 3.3. Информационная безопасность, юридические и финансовые аспекты: документальное оформление электронных сделок и первичного учёта. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Документирование электронных сделок в e-commerce: оферта, акцепт, счет, электронный чек (54-ФЗ), договор-оферта, пользовательское соглашение, политика обработки персональных данных (152-ФЗ). Первичный учет в цифре: УПД, акты, накладные в электронном виде (ЭДО). Юридическая значимость: КЭП, приравнивание к бумажным носителям. Применение цифровых технологий (системы ЭДО (Диадок, СБИС), криптография, блокчейн для фиксации сделок, интеграция с бухгалтерскими системами) для сбора, передачи, обработки и анализа данных по сделкам (обороты, дебиторка, налоги). Отбор источников информации о правовых и финансовых рисках (изменения законодательства, судебная практика, разъяснения ФНС и Роскомнадзора). Подготовка документов для заключения соглашений о сотрудничестве с операторами ЭДО, банками, платежными системами, юридическими и аудиторскими компаниями (договоры на обслуживание, соглашения об информационном обмене, банковские гарантии). Обеспечение безопасности

и юридической чистоты документооборота. Применение современных цифровых технологий и программных продуктов для решения профессиональных задач по обеспечению безопасности и соблюдению правовых требований.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.02.14 Организация электронной коммерции и документационного обеспечения используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, тестирование, доклад, контрольное задание.

Система оценивания знаний по видам учебной деятельности

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных

	понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами

Грамотность изложения	0,5	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0,5	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	3	

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
4	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Раздел 1. Документационное обеспечение процессов цифровой трансформации и разработки продуктов в электронной коммерции

Тема 1.1. Организация документооборота при цифровой трансформации и реинжиниринге бизнес-процессов в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тематика докладов:

1. Сущность цифровой трансформации как фундаментального изменения бизнес-моделей и операционных процессов.

2. Методология реинжиниринга бизнес-процессов: перепроектирование процессов для повышения эффективности и конкурентоспособности.

3. Применение цифровых технологий для сбора и анализа данных о текущих бизнес-процессах.

4. Оценка возможностей и целесообразности использования цифровых технологий в деятельности организации.

5. Использование программных продуктов для моделирования, оптимизации и трансформации бизнес-процессов.

6. Применение современных цифровых технологий для решения профессиональных задач по реинжинирингу.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Реинжиниринг бизнес-процессов в первую очередь предполагает:

а) постепенное улучшение существующих процессов;

б) радикальное перепроектирование процессов «с нуля» для достижения существенного повышения эффективности;

в) только внедрение нового программного обеспечения без изменения процессов;

г) сокращение штата сотрудников.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Ключевыми элементами цифровой трансформации бизнес-процессов являются:

а) фундаментальное изменение бизнес-моделей;

б) перепроектирование операционных процессов;

в) понимание принципов работы современных цифровых технологий;

г) сохранение традиционных способов ведения бизнеса;

д) применение цифровых технологий для сбора и анализа данных.

Основными задачами применения цифровых технологий при реинжиниринге бизнес-процессов выступают:

а) сбор и анализ данных о текущих процессах;

б) моделирование и оптимизация бизнес-процессов с помощью программных продуктов;

в) оценка возможностей и целесообразности использования цифровых технологий;

г) решение профессиональных задач по трансформации процессов;

д) полная автоматизация всех бизнес-процессов без участия человека.

Применение программных продуктов для моделирования бизнес-процессов позволяет:

а) визуализировать текущие и будущие процессы;

б) выявлять узкие места и неэффективные операции;

в) проводить сравнительный анализ «как есть» и «как должно быть»;

г) автоматически принимать стратегические решения за руководство;

д) оптимизировать использование ресурсов организации.

Тема 1.2. Документационное обеспечение управления разработкой продукта в digital-среде. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Опрос

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Дайте определение управления разработкой цифрового продукта
2.	Что является главной особенностью управления разработкой цифровых продуктов
3.	Перечислите основные этапы жизненного цикла цифрового продукта
4.	Что понимается под кросс-функциональной командой в разработке продукта
5.	Назовите принципы работы современных цифровых технологий разработки
6.	Перечислите основные программные продукты для управления бэклогом и отслеживания задач
7.	Что характеризует непрерывную поставку ценности в разработке цифрового продукта
8.	Укажите основные цифровые технологии для сбора и обработки данных о требованиях и прогрессе разработки
9.	Что понимается под оценкой целесообразности применения инструментов разработки
10.	Укажите цель применения современных цифровых технологий и программных продуктов в управлении продуктом

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Управление разработкой продукта в цифровой среде прежде всего характеризуется:

а) использованием только каскадной модели (Waterfall);

б) применением гибких методологий и кросс-функциональных команд;

в) отсутствием необходимости в цифровых инструментах;

г) нет правильного ответа.

Жизненный цикл цифрового продукта включает этап:

а) только массового производства;

б) непрерывного развития и поставки ценности после запуска;

в) однократной разработки без дальнейших изменений;

г) нет правильного ответа.

Основным инструментом для управления бэклогом продукта обычно является:

а) Microsoft Word;

б) Jira или Trello;

в) только бухгалтерская программа 1С;

г) нет правильного ответа.

Непрерывная поставка ценности в Agile-подходе означает:

а) выпуск продукта один раз в несколько лет;

б) регулярный выпуск рабочих инкрементов продукта с пользой для пользователя;

в) поставку только финальной версии;

г) нет правильного ответа.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Кросс-функциональная команда в разработке цифрового продукта включает специалистов:

а) продуктового менеджера и владельца продукта;

б) разработчиков (backend, frontend, mobile);

в) дизайнеров (UI/UX) и аналитиков;

г) только финансовых менеджеров;

д) нет правильного ответа.

Современные цифровые инструменты, применяемые при управлении разработкой продукта:

а) Jira, Azure DevOps — для управления задачами и бэклогом;

б) Jenkins, GitHub Actions — для автоматизации CI/CD;

в) Amplitude и Mixpanel — для анализа поведения пользователей;

г) только Microsoft Excel.

Контрольные задания:

Задание 1.

Команда разрабатывает мобильное приложение для онлайн-записи к врачам. Определите подходящую методологию управления разработкой продукта и обоснуйте выбор. Какие программные продукты вы рекомендуете использовать для управления бэклогом и автоматизации развертывания?

Задание 2.

В составе кросс-функциональной команды необходимо оценить целесообразность внедрения нового инструмента управления разработкой (например, переход с Trello на Jira). Выработайте гипотезу решения и предложите порядок оценки возможностей и рисков применения инструмента.

Тема 1.3. Регламентация взаимодействия при управлении цифровыми платформами и экосистемами в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Установите соответствие между термином (понятием), приведённым в левом столбце, и его определением (характеристикой) из правого столбца. К каждой позиции левого столбца подберите соответствующую позицию из правого столбца.

1	Цифровая платформа	А	Модель бизнеса, при которой ценность платформы растёт с увеличением количества пользователей и участников (покупателей, продавцов, разработчиков)
2	Эффект масштаба (network effect)	Б	Многосторонняя цифровая среда, обеспечивающая взаимодействие между различными группами пользователей, партнёров и разработчиков на основе информационных технологий
3	Экосистема цифровой платформы	В	Совокупность взаимосвязанных участников (пользователи, поставщики, разработчики, партнёры), объединённых вокруг платформы общими правилами и технологиями
4	Сетевое взаимодействие	Г	Взаимодействие между участниками платформы, при котором действия одной группы напрямую влияют на ценность для другой группы
5	Типы цифровых платформ	Д	Классификация по функционалу: транзакционные (маркетплейсы), инновационные, интеграционные, социальные и гибридные платформы

6	Управление экосистемой партнеров	Е	Процесс координации деятельности разработчиков, поставщиков услуг и пользователей для обеспечения устойчивого развития и роста платформы
7	Мониторинг активности участников экосистемы	Ж	Систематический сбор и анализ данных о взаимодействиях, транзакциях, вовлечённости и поведении участников платформы
8	Программные продукты для управления платформами	З	Специализированные решения (например, Salesforce Partner Community, Apigee, MuleSoft, HubSpot, собственные BPM-системы), используемые для интеграции, мониторинга и управления партнёрскими отношениями
9	Оценка целесообразности платформенной модели	И	Анализ рыночных условий, конкурентной среды, технологических возможностей и экономической эффективности перехода на платформенную бизнес-модель
10	Принципы работы современных платформенных решений	К	Открытость интерфейсов (API), модульность, масштабируемость, data-driven подход и ориентация на пользовательский опыт (UX)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

Контрольные задания:

Задание 1.

Компания, занимающаяся традиционной розничной торговлей, рассматривает возможность перехода на платформенную модель бизнеса.

а) Назовите не менее трёх типов цифровых платформ и приведите пример каждой.

б) Объясните, как эффект масштаба (network effect) может повлиять на успех платформенной модели в розничной торговле.

в) Предложите ключевые показатели для мониторинга активности участников будущей экосистемы.

Задание 2.

Вы являетесь членом рабочей группы по развитию цифровой экосистемы компании.

Выполните следующее:

а) Предложите два конкретных решения по управлению экосистемой партнеров и разработчиков.

б) Выберите и обоснуйте два программных продукта для управления партнерскими интеграциями и мониторинга активности.

в) Оцените возможности и целесообразность использования платформенной модели для компании, работающей в сфере B2B-услуг (например, логистика или корпоративное обучение).

г) Сформулируйте ожидаемые результаты внедрения платформенного подхода (не менее 3).

Раздел 2. Документальное сопровождение операционного, финансового и маркетингового менеджмента в электронном бизнесе

Тема 2.1. Управление контентом и цифровыми активами: порядок создания, хранения, согласования и архивации. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

В качестве основных элементов управления контентом и цифровыми активами выступают:

а) стратегии управления контентом (создание, хранение, распространение, архивирование);

б) управление жизненным циклом цифровых активов;

в) только размещение рекламы в социальных сетях;

г) понимание принципов работы систем управления контентом (CMS) и цифровыми активами (DAM);

д) применение цифровых технологий для сбора, обработки и анализа эффективности контента;

е) оценка возможностей и целесообразности внедрения систем управления контентом и использование программных продуктов для автоматизации контент-процессов.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Управление контентом и цифровыми активами определяется как:

а) только создание рекламных баннеров;

б) системный процесс создания, хранения, распространения, архивирования и управления жизненным циклом цифрового контента и активов с целью повышения эффективности бизнес-процессов;

в) исключительно ведение бухгалтерского учета нематериальных активов.

Жизненный цикл цифрового актива включает этапы:

а) только создание и удаление;

б) только хранение и распространение;

в) создание, хранение, распространение, использование, архивирование и утилизацию;

г) исключительно покупка лицензий на контент.

Системы управления контентом (CMS) и цифровыми активами (DAM) применяются для:

а) только ведения личной переписки;

б) автоматизации процессов создания, хранения, поиска, распространения и анализа эффективности цифрового контента;

в) проведения исключительно финансового планирования.

Основной целью управления контентом и цифровыми активами является:

а) минимизация количества создаваемого контента;

б) увеличение объема бумажной документации;

в) сокращение штата маркетингового отдела любой ценой;

г) обеспечение эффективного создания, хранения, распространения и анализа цифровых активов для достижения бизнес-целей с помощью современных цифровых технологий.

Оценка возможностей внедрения систем управления контентом необходима для:

а) отказа от цифровых технологий;

б) определения целесообразности и экономической эффективности внедрения CMS/DAM-систем в компании;

в) только составления отчета о проделанной работе.

Контрольные задания:

Задание 1.

В базисном периоде компания публиковала 120 единиц контента в месяц, средний охват одной публикации составлял 8 500 человек, а коэффициент вовлеченности (Engagement Rate) — 2,4 %. После внедрения системы управления контентом (CMS) и автоматизации процессов в отчетном периоде количество публикуемого контента выросло до 180 единиц в месяц, средний охват увеличился до 14 200 человек, а Engagement Rate — до 4,1 %.

Определите влияние факторов автоматизации и улучшения управления контентом на динамику эффективности контент-маркетинга (экстенсивный и интенсивный факторы).

Задание 2.

Компания рассматривает возможность внедрения системы управления цифровыми активами (DAM).

Стоимость внедрения и годовой поддержки — 4,8 млн руб.

Ожидаемое сокращение времени на поиск и подготовку контента — с 12 часов до 3 часов в неделю на одного сотрудника маркетингового отдела (в отделе 8 человек).

Стоимость часа работы специалиста — 1 250 руб.

Прогнозируемый рост эффективности использования контента (повторное использование) — 40 %.

Требуется оценить экономическую целесообразность внедрения DAM-системы за первый год и сделать вывод.

Тема 2.2. Документальное сопровождение финансового моделирования и оценки инвестиционной привлекательности e-business. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Особенностью финансового моделирования для электронного бизнеса является активное использование:

а) только традиционных бухгалтерских показателей;

б) юнит-экономики, метрик роста и оценки стоимости компании;

в) исключительно балансового метода.

Юнит-экономика в цифровом бизнесе показывает:

а) прибыльность одной единицы продукта или одного пользователя (клиента);

б) общую выручку компании за год;

в) стоимость основных средств предприятия.

Ключевыми метриками роста электронного бизнеса являются:

а) CAC, LTV, Retention Rate, Churn Rate и Monthly Active Users;

б) только рентабельность продаж по бухгалтерской прибыли;

в) коэффициент оборачиваемости основных средств.

Инвестиционная привлекательность электронного бизнеса формируется за счет:

а) демонстрации положительной юнит-экономики, высокого потенциала роста и масштабируемости модели;

б) только наличия большого количества материальных активов;

в) низкой текущей прибыли.

Оценка стоимости цифрового бизнеса чаще всего осуществляется с помощью:

а) метода дисконтированных денежных потоков (DCF) и мультипликаторов (EV/Revenue, EV/EBITDA);

б) только метода чистых активов;

в) исключительно балансовой стоимости.

Применение цифровых технологий в финансовом моделировании электронного бизнеса позволяет:

а) автоматизировать сбор, обработку и анализ больших объемов финансовых и пользовательских данных;

б) полностью отказаться от финансового анализа;

в) использовать только бумажные таблицы.

Программные продукты для построения финансовых моделей электронного бизнеса включают:

а) Google Sheets, Excel с надстройками, Python (pandas, numpy), Tableau/Power BI;

б) только программы для графического дизайна;

в) исключительно бухгалтерские программы 1С.

Целесообразность применения финансовых инструментов в электронном бизнесе оценивается на основе:

а) их влияния на юнит-экономику, метрики роста и общую инвестиционную привлекательность;

б) только юридических требований;

в) предпочтений собственника.

Понимание принципов работы современных финансовых и аналитических систем необходимо для:

а) эффективного финансового управления и принятия обоснованных решений в цифровом бизнесе;

б) только составления налоговой отчетности;

в) проведения инвентаризации склада.

Основной целью финансового моделирования электронного бизнеса является:

а) прогнозирование финансовых результатов, оценка рисков и демонстрация инвестиционной привлекательности;

б) только расчет заработной платы сотрудников;

в) планирование производственных мощностей.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Ключевыми особенностями финансового моделирования цифровых бизнесов являются:

а) юнит-экономика;

б) метрики роста и удержания пользователей;

в) оценка стоимости компании с учетом масштабируемости;

г) только расчет себестоимости материальных товаров.

Основными метриками юнит-экономики и роста в электронном бизнесе выступают:

а) Customer Acquisition Cost (CAC);

б) Lifetime Value (LTV);

в) Retention Rate и Churn Rate;

г) коэффициент текущей ликвидности.

Цифровые технологии и программные продукты применяются для:

а) сбора и анализа финансовых и пользовательских данных;

б) построения финансовых моделей и сценарного планирования;

в) визуализации ключевых метрик и дашбордов;

г) ведения только кадрового делопроизводства.

Контрольные задания:

Задание 1.

Электронный бизнес по подписке (SaaS) имеет следующие показатели за месяц:

Средний доход на пользователя (ARPU) — 890 руб.,

CAC (стоимость привлечения клиента) — 2 450 руб.,

Retention Rate на 3-й месяц — 68%,

Churn Rate — 9% в месяц.

Рассчитайте:

Примерный LTV (Lifetime Value) при допущении постоянного ARPU;

Соотношение LTV / CAC;

Сделайте вывод об инвестиционной привлекательности проекта и дайте рекомендации.

Задание 2.

Стартап электронного бизнеса планирует привлечение инвестиций. Группе экспертов необходимо оценить инвестиционную привлекательность и подготовить материалы для инвесторов.

Обоснуйте выбор ключевых метрик и подходов к финансовому моделированию для данного типа бизнеса.

Предложите 2 сценария развития (оптимистичный и реалистичный) и рассчитайте примерную стоимость компании через 3 года при

мультипликаторе EV/Revenue = 8.

Тема 2.3. Организация маркетингового документооборота в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Основными целями цифровых маркетинговых стратегий в электронном бизнесе являются:

а) привлечение новой аудитории;

б) удержание и повышение лояльности существующих клиентов;

в) монетизация аудитории;

г) снижение затрат на традиционную офлайн-рекламу;

д) автоматизация всех бизнес-процессов предприятия.

Ключевыми элементами управления маркетинговыми каналами в digital являются:

а) выбор и комбинация каналов привлечения (performance-маркетинг);

б) оптимизация воронки продаж;

в) управление бюджетом и ставками в реальном времени;

г) анализ эффективности каждого канала по ROI и ROMI;

д) полное исключение контент-маркетинга.

Современные маркетинговые платформы и аналитические системы позволяют:

а) собирать и обрабатывать большие объёмы данных о поведении пользователей;

б) проводить A/B-тестирование кампаний в реальном времени;

в) автоматизировать запуск и оптимизацию рекламных кампаний;

г) строить персонализированные коммуникации с клиентами;

д) полностью заменить маркетолога искусственным интеллектом.

Цифровые инструменты автоматизации маркетинга включают:

а) системы маркетинговой автоматизации (Marketing Automation);

б) CRM-системы с модулями маркетинга;

в) платформы для управления рекламными кампаниями (Google Ads, Яндекс.Директ, VK Ads);

г) инструменты веб-аналитики и сквозной аналитики.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Маркетинговый менеджмент в электронном бизнесе в первую очередь ориентирован на:

а) традиционные СМИ и наружную рекламу;

б) привлечение, удержание и монетизацию цифровой аудитории с помощью онлайн-инструментов;

в) только на снижение цены продукции;

г) исключительно на офлайн-продажи.

ROMI (Return on Marketing Investment) – это показатель:

а) общей прибыли компании;

б) эффективности маркетинговых вложений (возврат на каждый рубль, потраченный на маркетинг);

в) количества посетителей сайта;

г) средней стоимости привлечения клиента.

Основным преимуществом маркетинговой автоматизации является:

а) полное исключение необходимости в специалистах;

б) автоматизация рутинных задач, персонализация коммуникаций и оптимизация кампаний в реальном времени;

в) только хранение данных о клиентах;

г) снижение качества коммуникаций.

Сквозная аналитика в цифровом маркетинге позволяет:

а) оценивать эффективность маркетинга от первого касания до совершения покупки и расчёта прибыли;

б) только считать количество кликов по рекламе;

в) анализировать только поведение пользователей на сайте;

г) прогнозировать погоду.

Наиболее важным принципом при выборе маркетинговых инструментов в электронном бизнесе является:

а) использование максимально дорогих и современных платформ;

б) оценка их целесообразности, окупаемости и соответствия целям бизнеса;

в) следование модным трендам без анализа эффективности;

г) полный отказ от платной рекламы.

Для оптимизации рекламных кампаний в реальном времени чаще всего применяют:

а) ручную корректировку ставок раз в месяц;

б) алгоритмы автоматической оптимизации на платформах (Google Ads, Яндекс.Директ) и искусственный интеллект;

в) только экспертную оценку маркетолога;

г) снижение бюджета при любом результате.

Контрольные задания:

Задание 1.

Интернет-магазин одежды планирует увеличить продажи на 35% в течение квартала при ограниченном маркетинговом бюджете 1,2 млн руб.

Исходные данные:

Средняя стоимость привлечения клиента (CAC) сейчас - 850 руб.

Средний чек - 4 200 руб.

Коэффициент повторных покупок - 22%.

Основные каналы: контекстная реклама, таргетированная реклама в соцсетях, SEO и email-маркетинг.

Требуется:

Предложить оптимальную структуру распределения маркетингового бюджета по каналам.

Обосновать выбор инструментов автоматизации и аналитики.

Рассчитать целевой ROMI, при котором кампания будет считаться успешной.

Раздел 3. Организационно-правовое и сервисное документационное обеспечение цифрового бизнеса

Тема 3.1. Документационное обеспечение управления клиентским опытом и сервисного обслуживания. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

К основным элементам карты пути клиента (Customer Journey Map) относятся:

а) точки касания (touch points) клиента с продуктом и компанией;

б) этапы взаимодействия от осознания потребности до поствизаимодействия;

в) исключительно внутренние бизнес-процессы компании;

г) эмоции и восприятие клиента на каждом этапе;

д) только финальная стадия совершения покупки;

е) каналы коммуникации на каждом этапе.

К ключевым функциям современных систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-систем) относятся:

а) хранение и централизация данных о клиентах;

б) автоматизация воронки продаж;

в) исключительно бухгалтерский учёт;

г) управление сервисными запросами (тикетами);

д) отслеживание истории взаимодействий с клиентом;

е) замена корпоративного мессенджера для сотрудников.

Какие цифровые технологии используются для сбора и анализа данных о клиентском опыте?

а) системы опросов и обратной связи (NPS, CSAT, CES);

б) анализ тональности отзывов (sentiment analysis) с помощью ИИ;

в) исключительно личные встречи с каждым клиентом;

г) тепловые карты и запись сессий на сайте;

д) чат-боты с пост-диалоговой оценкой;

е) отказ от любых цифровых инструментов.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

NPS (Net Promoter Score) – это:

а) процент клиентов, совершивших повторную покупку;

б) метрика лояльности, показывающая готовность клиента рекомендовать продукт другим (оценка от 0 до 10);

в) количество новых клиентов за месяц;

г) средний чек на одного клиента.

Что из перечисленного НЕ относится к сервисным платформам для автоматизации обслуживания клиентов?

а) Helpdesk-система (Zendesk, Jira Service Management);

б) омниканальная платформа с единым окном диалога;

в) чат-бот на базе ИИ;

г) исключительно электронная таблица Excel без интеграций.

Customer Effort Score (CES) измеряет:

а) сколько усилий клиент приложил для решения своей проблемы или совершения действия;

б) количество сотрудников в сервисной службе;

в) сумму покупки клиента за год;

г) количество жалоб на продукт.

Ключевым принципом управления клиентским опытом в цифровой среде является:

а) изолированность каналов коммуникации (телефон отдельно, чат отдельно);

б) омниканальность — бесшовный переход между каналами с сохранением контекста;

в) игнорирование обратной связи от клиентов;

г) максимальное усложнение интерфейса.

Контрольные задания:

Задание 1.

В онлайн-магазине электроники наблюдается снижение повторных покупок и рост оттока клиентов. По результатам опросов NPS снизился с +45 до +12 баллов за последние полгода. Основные жалобы: длительное ожидание ответа в чате, сложный процесс возврата товара, неудобная мобильная версия сайта.

Требуется:

Построить упрощённую карту пути клиента (выделить не менее 5 ключевых этапов и возможные проблемные точки касания).

Предложить конкретные меры по улучшению клиентского опыта на проблемных этапах.

Рекомендовать не менее двух цифровых инструментов для мониторинга и улучшения CX.

Задание 2.

Компания оказывает услуги SaaS-решения для малого бизнеса. Руководство планирует повысить уровень клиентского опыта и внедрить клиентоцентричный подход.

Требуется:

Сформулировать три ключевые цели управления клиентским опытом на ближайший год.

Предложить систему показателей (KPI) для оценки эффективности управления CX.

Назвать современные программные продукты, целесообразные для автоматизации сервисного обслуживания и анализа клиентского опыта, и обосновать их выбор.

Тема 3.2. Организационная структура и регламентация работы команды в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Гибкая (agile) организационная структура в цифровом бизнесе характеризуется:

а) строгой иерархией и чётким разделением функций;

б) высокой адаптивностью, кросс-функциональными командами и итеративным подходом к работе;

в) полным отсутствием руководителей;

г) ориентацией исключительно на долгосрочное планирование.

Основным принципом управления распределёнными командами является:

а) жёсткий контроль рабочего времени и присутствия;

б) фокус на результатах, доверии и эффективном использовании цифровых инструментов коммуникации;

в) полный отказ от любых встреч;

г) централизация всех решений в головном офисе.

Инструмент OKR (Objectives and Key Results) применяется для:

а) постановки амбициозных целей и измерения их достижения на уровне команды и компании;

б) только учёта рабочего времени сотрудников;

в) расчёта заработной платы;

г) автоматизации бухгалтерского учёта.

Наиболее важным фактором успеха удалённых команд считается:

а) наличие мощного офисного оборудования;

б) высокий уровень доверия, прозрачная коммуникация и чёткие процессы взаимодействия;

в) обязательное ежедневное присутствие в офисе;

г) минимизация использования цифровых инструментов.

Платформенная модель организационной структуры предполагает:

а) создание экосистемы, где основная компания координирует работу партнёров, подрядчиков и внешних исполнителей;

б) жёсткую вертикальную иерархию;

в) полное отсутствие внешних партнёров;

г) работу только в одном географическом регионе.

При оценке целесообразности внедрения инструментов командной работы необходимо учитывать:

а) их соответствие задачам команды, удобство использования, стоимость и влияние на производительность;

б) только внешний дизайн интерфейса;

в) мнение только IT-отдела;

г) исключительно цену подписки.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Современные организационные структуры для цифрового бизнеса включают:

а) гибкие (agile) структуры;

б) сетевые и матричные структуры;

в) платформенные модели организации;

г) классические линейно-функциональные структуры без изменений;

д) холакратию и самоуправляемые команды.

Ключевыми особенностями управления удалёнными и распределёнными командами являются:

а) использование цифровых инструментов для синхронизации работы;

б) акцент на результатах, а не на контроле присутствия;

в) развитие культуры доверия и прозрачности;

г) регулярная оценка вовлечённости и благополучия сотрудников;

д) полный отказ от личных встреч и офлайн-коммуникаций.

Современные инструменты командного взаимодействия позволяют:

а) организовывать совместную работу в реальном времени;

б) вести учёт задач и контролировать прогресс;

в) проводить видеоконференции и асинхронную коммуникацию;

г) анализировать данные о вовлечённости и производительности команды;

д) полностью автоматизировать принятие управленческих решений.

Цифровые технологии для управления командой включают:

а) системы управления проектами и задачами;

б) платформы для видеосвязи и корпоративных коммуникаций;

в) инструменты аналитики вовлечённости и производительности;

г) HR-аналитику и дашборды командной эффективности.

Контрольные задания:

Задание 1.

Т-компания перешла на полностью удалённый формат работы. В команде разработки 28 человек, распределённых по 4 часовым поясам. Наблюдается снижение скорости выполнения задач, рост количества ошибок в коммуникации и снижение уровня вовлечённости сотрудников.

Требуется:

Предложить оптимальную организационную структуру для такой команды (тип структуры и обоснование).

Назвать не менее 4 современных цифровых инструментов, которые необходимо внедрить для эффективного управления распределённой командой.

Предложить меры по повышению вовлечённости и мониторингу эффективности команды.

Задание 2.

Компания планирует масштабировать цифровой бизнес и перейти к платформенной модели организации.

Требуется:

Описать основные отличия платформенной модели от традиционной иерархической структуры.

Предложить систему показателей для оценки эффективности команды в условиях удалённой работы.

Обосновать выбор не менее трёх программных продуктов для организации взаимодействия и управления производительностью команды.

Тема 3.3. Информационная безопасность, юридические и финансовые аспекты: документальное оформление электронных сделок и первичного учёта. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Основными направлениями обеспечения информационной безопасности электронного бизнеса являются:

а) защита персональных данных и конфиденциальной информации;

б) управление доступом пользователей и сотрудников;

в) мониторинг и реагирование на инциденты информационной безопасности;

г) регулярное проведение аудита и оценки рисков;

д) полное отключение всех внешних сервисов.

Ключевыми элементами правового регулирования цифровой деятельности выступают:

а) соблюдение требований Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных»;

б) выполнение требований Федерального закона № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

в) обеспечение соответствия GDPR (при работе с европейскими пользователями);

г) защита интеллектуальной собственности в цифровой среде;

д) игнорирование требований регуляторов при низких рисках.

Современные системы информационной безопасности позволяют:

а) осуществлять централизованный мониторинг угроз в реальном времени;

б) управлять доступом на основе ролей (RBAC) и многофакторной аутентификации;

в) автоматизировать обнаружение и реагирование на инциденты;

г) обеспечивать соответствие требованиям регуляторов и стандартов (ISO 27001);

д) полностью исключить человеческий фактор из процессов безопасности.

Цифровые инструменты для обеспечения информационной

безопасности включают:

а) системы мониторинга и анализа событий безопасности (SIEM);

б) платформы управления доступом и идентификацией (IAM);

в) средства защиты от DDoS-атак и вредоносного ПО;

г) инструменты для анализа уязвимостей и пентеста.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Информационная безопасность электронного бизнеса в первую очередь направлена на:

а) защиту данных, непрерывность бизнеса и минимизацию рисков утечек и атак;

б) только на установку антивируса на рабочие компьютеры;

в) максимальное упрощение доступа всех пользователей ко всем данным;

г) снижение затрат на IT за счёт отказа от систем безопасности.

Управление доступом на основе ролей (RBAC) означает:

а) предоставление сотрудникам только тех прав доступа, которые необходимы для выполнения их должностных обязанностей;

б) предоставление полного доступа всем сотрудникам;

в) запрет доступа к системе для всех внешних пользователей;

г) автоматическое удаление всех учётных записей после выхода сотрудника.

Основным требованием Федерального закона № 152-ФЗ является:

а) обеспечение надлежащей защиты персональных данных граждан при их обработке;

б) обязательная публикация всех данных клиентов в открытом доступе;

в) отказ от использования облачных сервисов;

г) хранение всех данных только на бумажных носителях.

SIEM-система – это:

а) инструмент для сбора, корреляции и анализа событий безопасности из

различных источников в реальном времени;

б) программа для бухгалтерского учёта;

в) система управления складом;

г) инструмент для проведения маркетинговых опросов.

При оценке целесообразности внедрения мер информационной безопасности необходимо учитывать:

а) соотношение стоимости внедрения и ожидаемого снижения рисков, а также требования законодательства;

б) только цену программного обеспечения;

в) исключительно мнение IT-специалистов без участия руководства;

г) только технические характеристики без анализа рисков.

Многофакторная аутентификация (MFA) повышает уровень безопасности за счёт:

а) использования нескольких независимых факторов подтверждения личности (пароль + SMS/приложение/биометрия);

б) использования только сложного пароля;

в) автоматического входа без проверки;

г) отключения всех средств защиты.

Контрольные задания:

Задание 1.

Онлайн-магазин одежды (электронный бизнес) хранит персональные данные клиентов, данные банковских карт и историю заказов. В компании работает 45 сотрудников, часть из которых — удалённые. За последний год зафиксировано 2 попытки фишинговых атак и одна успешная попытка компрометации учётной записи менеджера.

Требуется:

Выделить основные риски информационной безопасности для данного бизнеса.

Предложить комплекс мер по защите данных и управлению доступом.

Рекомендовать не менее трёх современных программных продуктов для мониторинга и обеспечения безопасности.

Задание 2.

Компания планирует масштабировать электронный бизнес и внедрить облачные сервисы для хранения данных клиентов.

Требуется:

Описать юридические требования, которые необходимо учитывать при обработке персональных данных в облаке.

Предложить показатели (KPI) для оценки эффективности системы информационной безопасности.

Обосновать выбор цифровых инструментов для мониторинга угроз и обеспечения соответствия правовым требованиям.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает три КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля по дисциплине:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,1	10
Итого:	x	0,3	30

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.
Раздел 1.

Тематика докладов:

1. Сущность цифровой трансформации как фундаментального изменения бизнес-моделей и операционных процессов.

2. Методология реинжиниринга бизнес-процессов: перепроектирование

процессов для повышения эффективности и конкурентоспособности.

3. Применение цифровых технологий для сбора и анализа данных о текущих бизнес-процессах.

4. Оценка возможностей и целесообразности использования цифровых технологий в деятельности организации.

5. Использование программных продуктов для моделирования, оптимизации и трансформации бизнес-процессов.

6. Применение современных цифровых технологий для решения профессиональных задач по реинжинирингу.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами

Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

Опрос

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Дайте определение управления разработкой цифрового продукта
2.	Что является главной особенностью управления разработкой цифровых продуктов
3.	Перечислите основные этапы жизненного цикла цифрового продукта
4.	Что понимается под кросс-функциональной командой в разработке продукта
5.	Назовите принципы работы современных цифровых технологий разработки
6.	Перечислите основные программные продукты для управления бэклогом и отслеживания задач
7.	Что характеризует непрерывную поставку ценности в разработке цифрового продукта
8.	Укажите основные цифровые технологии для сбора и обработки данных о требованиях и прогрессе разработки
9.	Что понимается под оценкой целесообразности применения инструментов разработки
10.	Укажите цель применения современных цифровых технологий и программных продуктов в управлении продуктом

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных

	понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Установите соответствие между термином (понятием), приведённым в левом столбце, и его определением (характеристикой) из правого столбца. К каждой позиции левого столбца подберите соответствующую позицию из правого столбца.

1	Цифровая платформа	А	Модель бизнеса, при которой ценность платформы растёт с увеличением количества пользователей и участников (покупателей, продавцов, разработчиков)
2	Эффект масштаба (network effect)	Б	Многосторонняя цифровая среда, обеспечивающая взаимодействие между различными группами пользователей, партнёров и разработчиков на основе информационных технологий
3	Экосистема цифровой платформы	В	Совокупность взаимосвязанных участников (пользователи, поставщики, разработчики, партнёры), объединённых вокруг платформы общими правилами и технологиями
4	Сетевое взаимодействие	Г	Взаимодействие между участниками платформы, при котором действия одной

			группы напрямую влияют на ценность для другой группы
5	Типы цифровых платформ	Д	Классификация по функционалу: транзакционные (маркетплейсы), инновационные, интеграционные, социальные и гибридные платформы
6	Управление экосистемой партнеров	Е	Процесс координации деятельности разработчиков, поставщиков услуг и пользователей для обеспечения устойчивого развития и роста платформы
7	Мониторинг активности участников экосистемы	Ж	Систематический сбор и анализ данных о взаимодействиях, транзакциях, вовлечённости и поведении участников платформы
8	Программные продукты для управления платформами	З	Специализированные решения (например, Salesforce Partner Community, Apigee, MuleSoft, HubSpot, собственные BPM-системы), используемые для интеграции, мониторинга и управления партнёрскими отношениями
9	Оценка целесообразности платформенной модели	И	Анализ рыночных условий, конкурентной среды, технологических возможностей и экономической эффективности перехода на платформенную бизнес-модель
10	Принципы работы современных платформенных решений	К	Открытость интерфейсов (API), модульность, масштабируемость, data-driven подход и ориентация на пользовательский опыт (UX)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Итоговая оценка за КТ представляет собой среднее арифметическое баллов по каждому заданию.

КТ – 2.
Раздел 2.

Тестовые задания:

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

В качестве основных элементов управления контентом и цифровыми активами выступают:

а) стратегии управления контентом (создание, хранение, распространение, архивирование);

б) управление жизненным циклом цифровых активов;

в) только размещение рекламы в социальных сетях;

г) понимание принципов работы систем управления контентом (CMS) и цифровыми активами (DAM);

д) применение цифровых технологий для сбора, обработки и анализа эффективности контента;

е) оценка возможностей и целесообразности внедрения систем управления контентом и использование программных продуктов для автоматизации контент-процессов.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Управление контентом и цифровыми активами определяется как:

а) только создание рекламных баннеров;

б) системный процесс создания, хранения, распространения, архивирования и управления жизненным циклом цифрового контента и активов с целью повышения эффективности бизнес-процессов;

в) исключительно ведение бухгалтерского учета нематериальных активов.

Жизненный цикл цифрового актива включает этапы:

а) только создание и удаление;

б) только хранение и распространение;

в) создание, хранение, распространение, использование, архивирование и утилизацию;

г) исключительно покупка лицензий на контент.

Системы управления контентом (CMS) и цифровыми активами (DAM) применяются для:

а) только ведения личной переписки;

б) автоматизации процессов создания, хранения, поиска, распространения и анализа эффективности цифрового контента;

в) проведения исключительно финансового планирования.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Контрольные задания:

Задание 1.

В базисном периоде компания публиковала 120 единиц контента в месяц, средний охват одной публикации составлял 8 500 человек, а коэффициент вовлеченности (Engagement Rate) — 2,4 %. После внедрения системы управления контентом (CMS) и автоматизации процессов в отчетном периоде количество публикуемого контента выросло до 180 единиц в месяц,

средний охват увеличился до 14 200 человек, а Engagement Rate — до 4,1 %.

Определите влияние факторов автоматизации и улучшения управления контентом на динамику эффективности контент-маркетинга (экстенсивный и интенсивный факторы).

Задание 2.

Электронный бизнес по подписке (SaaS) имеет следующие показатели за месяц:

Средний доход на пользователя (ARPU) — 890 руб.;

CAC (стоимость привлечения клиента) — 2 450 руб.;

Retention Rate на 3-й месяц — 68%;

Churn Rate — 9% в месяц.

Рассчитайте:

Примерный LTV (Lifetime Value) при допущении постоянного ARPU;

Соотношение LTV / CAC;

Сделайте вывод об инвестиционной привлекательности проекта и дайте рекомендации.

Задание 3.

Интернет-магазин одежды планирует увеличить продажи на 35% в течение квартала при ограниченном маркетинговом бюджете 1,2 млн руб.

Исходные данные:

Средняя стоимость привлечения клиента (CAC) сейчас - 850 руб.

Средний чек - 4 200 руб.

Коэффициент повторных покупок - 22%.

Основные каналы: контекстная реклама, таргетированная реклама в соцсетях, SEO и email-маркетинг.

Требуется:

Предложить оптимальную структуру распределения маркетингового бюджета по каналам.

Обосновать выбор инструментов автоматизации и аналитики.

Рассчитать целевой ROMI, при котором кампания будет считаться успешной.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы,

	не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

Итоговая оценка за КТ представляет собой среднее арифметическое баллов по каждому заданию.

КТ – 3.
Раздел 3.

Тестовые задания

ТЕСТ 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

NPS (Net Promoter Score) – это:

а) процент клиентов, совершивших повторную покупку;

б) метрика лояльности, показывающая готовность клиента рекомендовать продукт другим (оценка от 0 до 10);

в) количество новых клиентов за месяц;

г) средний чек на одного клиента.

Что из перечисленного НЕ относится к сервисным платформам для автоматизации обслуживания клиентов?

а) Helpdesk-система (Zendesk, Jira Service Management);

б) омниканальная платформа с единым окном диалога;

в) чат-бот на базе ИИ;

г) исключительно электронная таблица Excel без интеграций.

Инструмент OKR (Objectives and Key Results) применяется для:

а) постановки амбициозных целей и измерения их достижения на уровне команды и компании;

б) только учёта рабочего времени сотрудников;

в) расчёта заработной платы;

г) автоматизации бухгалтерского учёта.

ТЕСТ 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

К основным элементам карты пути клиента (Customer Journey Map) относятся:

а) точки касания (touch points) клиента с продуктом и компанией;

б) этапы взаимодействия от осознания потребности до поствизаимодействия;

в) исключительно внутренние бизнес-процессы компании;

г) эмоции и восприятие клиента на каждом этапе;

д) только финальная стадия совершения покупки;

е) каналы коммуникации на каждом этапе.

Ключевыми элементами правового регулирования цифровой деятельности выступают:

а) соблюдение требований Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных»;

б) выполнение требований Федерального закона № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

в) обеспечение соответствия GDPR (при работе с европейскими пользователями);

г) защита интеллектуальной собственности в цифровой среде;

д) игнорирование требований регуляторов при низких рисках.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.

55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Контрольные задания:

Задание 1.

Т-компания перешла на полностью удалённый формат работы. В команде разработки 28 человек, распределённых по 4 часовым поясам. Наблюдается снижение скорости выполнения задач, рост количества ошибок в коммуникации и снижение уровня вовлечённости сотрудников.

Требуется:

Предложить оптимальную организационную структуру для такой команды (тип структуры и обоснование).

Назвать не менее 4 современных цифровых инструментов, которые необходимо внедрить для эффективного управления распределённой командой.

Предложить меры по повышению вовлечённости и мониторингу эффективности команды.

Задание 2.

Компания планирует масштабировать электронный бизнес и внедрить облачные сервисы для хранения данных клиентов.

Требуется:

Описать юридические требования, которые необходимо учитывать при обработке персональных данных в облаке.

Предложить показатели (KPI) для оценки эффективности системы информационной безопасности.

Обосновать выбор цифровых инструментов для мониторинга угроз и обеспечения соответствия правовым требованиям.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы,

	не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

Итоговая оценка за КТ представляет собой среднее арифметическое баллов по каждому заданию.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

Раздел 1. Документационное обеспечение процессов цифровой трансформации и разработки продуктов в электронной коммерции

Тема 1.1. Организация документооборота при цифровой трансформации и реинжиниринге бизнес-процессов в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос
1.	Сущность цифровой трансформации как фундаментального изменения бизнес-моделей и операционных процессов
2.	Методология реинжиниринга бизнес-процессов

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

В компании процесс обработки клиентских заявок занимает в среднем 9 рабочих дней и включает 12 этапов согласования. Примените методологию реинжиниринга и предложите принципиально новое цифровое решение данного процесса. Оцените ожидаемый эффект.

Задание 2.

Оцените возможности и целесообразность внедрения цифровых двойников и технологий искусственного интеллекта для оптимизации производственных процессов на промышленном предприятии. Обоснуйте своё решение с точки зрения достижения целевых показателей эффективности.

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	В чём заключается основное отличие цифровой трансформации от простой цифровизации процессов? Варианты ответов: а) в замене бумажных документов электронными б) в фундаментальном изменении бизнес-моделей и способов создания ценности в) в автоматизации отдельных операций		
2.	Какой подход лежит в основе методологии реинжиниринга бизнес-процессов? Варианты ответов: а) постепенное улучшение существующих процессов б) радикальное перепроектирование процессов «с чистого листа» в) только внедрение нового программного обеспечения		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Ключевыми элементами цифровой трансформации бизнес-процессов являются:

а) фундаментальное изменение бизнес-моделей;

б) реинжиниринг процессов;

в) широкое применение искусственного интеллекта и цифровых двойников;

г) только покупка нового компьютера;

д) использование данных для принятия решений.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Реинжиниринг бизнес-процессов — это:

а) постепенное улучшение текущих процессов;

б) радикальное перепроектирование процессов для существенного повышения их эффективности;

в) только внедрение CRM-системы;

г) верного ответа нет.

Для моделирования и оптимизации бизнес-процессов в рамках цифровой трансформации рекомендуется использовать:

а) только традиционные блок-схемы на бумаге;

б) современные программные продукты для моделирования процессов (AnyLogic, Bizagi, ARIS, Camunda);

в) исключительно Microsoft Word;

г) верного ответа нет.

Тема 1.2. Документационное обеспечение управления разработкой продукта в digital-среде. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Особенности управления разработкой цифровых продуктов: гибкие методологии, кросс-функциональные команды, непрерывная поставка ценности	
2.	Жизненный цикл цифрового продукта	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Компания разрабатывает мобильное приложение для онлайн-записи к врачам. Опишите, как следует организовать управление разработкой продукта с использованием гибких методологий. Какие роли должны входить в кросс-функциональную команду и какие ключевые показатели успеха (KPI) необходимо отслеживать?

Задание 2.

Оцените целесообразность применения инструментов CI/CD и цифровых платформ для отслеживания бэклога при разработке веб-сервиса для малого бизнеса. Обоснуйте своё решение с точки зрения достижения целевых показателей эффективности разработки.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какая методология наиболее подходит для управления разработкой цифровых продуктов? Варианты ответа: а) Waterfall б) Agile (Scrum, Kanban) в) только классическое проектное управление		
2.	Что такое кросс-функциональная команда в разработке цифрового продукта? Варианты ответа: а) команда, состоящая только из разработчиков б) команда, включающая специалистов разных профилей, необходимых для создания продукта в) только отдел тестирования		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Особенностями управления разработкой цифровых продуктов являются:

а) использование гибких методологий (Agile);

б) работа кросс-функциональных команд;

в) непрерывная поставка ценности клиенту;

г) длинный линейный жизненный цикл продукта;

д) регулярные итерации и обратная связь от пользователей.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Жизненный цикл цифрового продукта в отличие от традиционного проекта характеризуется:

а) строгой линейной последовательностью этапов;

б) итеративностью и возможностью возврата на предыдущие этапы;

в) отсутствием этапа тестирования;

г) верного ответа нет.

Для управления бэклогом, отслеживания задач и автоматизации развертывания в разработке цифровых продуктов рекомендуется использовать:

а) только бумажные доски и Excel;

б) специализированные программные продукты Jira, Azure DevOps, GitLab CI/CD;

в) исключительно Microsoft Word;

г) верного ответа нет.

Тема 1.3. Регламентация взаимодействия при управлении цифровыми платформами и экосистемами в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Понятие цифровой платформы как основы электронного бизнеса: типы платформ, сетевое взаимодействие, эффект масштаба	
2.	Управление	

	экосистемой партнеров, разработчиков и пользователей	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Компания планирует создать цифровую платформу для поиска и бронирования услуг фрилансеров (аналог Kwork или FL.ru). Опишите, какой тип платформы будет наиболее подходящим, какие сетевые эффекты необходимо учитывать и как организовать управление экосистемой участников.

Задание 2.

Оцените возможности и целесообразность создания собственной цифровой экосистемы для розничной сети магазинов одежды. Какие риски и преимущества следует учитывать при принятии решения?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что такое сетевой эффект в цифровых платформах? Варианты ответа: а) снижение стоимости привлечения клиента б) рост ценности платформы при увеличении количества участников в) только техническая интеграция		
2.	Какой тип цифровой платформы соединяет две и более независимые группы участников для совершения транзакций? Варианты ответа: а) инновационная платформа б) транзакционная платформа в) внутренняя корпоративная		

	платформа		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Ключевыми элементами управления цифровыми платформами и экосистемами являются:

а) управление сетевыми эффектами;

б) баланс интересов всех участников экосистемы;

в) развитие API и партнерских интеграций;

г) только техническая разработка приложения;

д) мониторинг активности и данных участников.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Цифровая платформа отличается от традиционного электронного магазина прежде всего:

а) наличием только одной группы участников;

б) созданием ценности через взаимодействие нескольких групп участников и сетевыми эффектами;

в) отсутствием мобильного приложения;

г) верного ответа нет.

Для анализа взаимодействия участников экосистемы и мониторинга активности наиболее эффективно использовать:

а) только бумажные отчёты;

б) современные аналитические платформы (Amplitude, Mixpanel, Power

BI);

в) исключительно Excel;

г) верного ответа нет.

Раздел 2. Документальное сопровождение операционного, финансового и маркетингового менеджмента в электронном бизнесе

Тема 2.1. Управление контентом и цифровыми активами: порядок создания, хранения, согласования и архивации. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Стратегии управления контентом: создание, хранение, распространение, архивирование	
2.	Управление жизненным циклом цифровых активов (DAM)	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Компания активно производит контент для социальных сетей и сайта (фото, видео, инфографика, статьи). Разработайте стратегию управления контентом, включающую этапы создания, хранения, распространения и архивирования. Укажите, какие показатели эффективности следует отслеживать.

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения специализированной DAM-системы для компании, которая ежедневно создаёт и использует большое количество визуального контента (фотографии товаров, видеообзоры, рекламные материалы). Обоснуйте преимущества и возможные риски.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что включает управление жизненным циклом цифровых активов? Варианты ответов: а) только создание контента б) все этапы от создания до архивирования или удаления актива в) только публикацию в социальных сетях		
2.	Какая система предназначена специально для централизованного хранения, поиска и управления цифровыми активами (фото, видео, документы)? Варианты ответа: а) CRM-система б) DAM-система (Digital Asset Management) в) только CMS		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Система управления цифровыми активами (DAM) предназначена для:

а) только ведения бухгалтерского учёта;

б) централизованного хранения, поиска, версионирования и распространения цифровых файлов;

в) исключительно управления задачами сотрудников;

г) верного ответа нет.

Для анализа эффективности контента и оценки вовлечённости аудитории рекомендуется использовать:

а) только ручной подсчёт лайков;

б) цифровые аналитические платформы (Google Analytics 4, Amplitude, Yandex.Metrica);

в) исключительно бумажные отчёты;

г) верного ответа нет.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

К основным этапам стратегии управления контентом относятся:

а) создание контента;

б) хранение и организация контента;

в) распространение контента;

г) только покупка рекламных площадок;

д) архивирование и удаление устаревшего контента.

Тема 2.2. Документальное сопровождение финансового моделирования и оценки инвестиционной привлекательности e-business. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Особенности финансового моделирования для цифровых бизнесов: юнит-экономика,	

	метрики роста, оценка стоимости	
2.	Формирование инвестиционной привлекательности электронного бизнеса	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Постройте упрощённую юнит-экономику для онлайн-магазина одежды (DTC-модель). Исходные данные: средний чек — 4500 руб., переменные затраты на единицу — 2100 руб., CAC — 1200 руб., Retention Rate на 3-й месяц — 35 %. Рассчитайте Contribution Margin и Payback Period. Сделайте вывод об инвестиционной привлекательности.

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения специализированной финансовой платформы (например, Causal или Finmark) для стартапа электронной коммерции на этапе привлечения инвестиций Series A. Обоснуйте преимущества и риски.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что такое юнит-экономика в цифровом бизнесе? Варианты ответа: а) общая прибыль компании за год б) экономика одной единицы (пользователя, заказа, клиента) в) только себестоимость производства		
2.	Какой метод оценки стоимости чаще всего применяется для быстрорастущих цифровых компаний? Варианты ответа:		

	а) метод чистых активов б) мультипликаторы (Revenue Multiple) и DCF в) только метод ликвидационной стоимости		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Ключевыми метриками финансового моделирования цифрового бизнеса являются:

а) юнит-экономика (CAC, LTV, Contribution Margin);

б) метрики роста (Retention Rate, Churn Rate, GMV);

в) показатели эффективности инвестиций (Payback Period, Runway);

г) только общая выручка компании;

д) Burn Rate и Cash Runway.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Основная цель финансового моделирования для электронного бизнеса на этапе привлечения инвестиций — это:

а) только расчёт налогов;

б) демонстрация юнит-экономики, темпов роста и пути к прибыльности;

в) только составление бухгалтерского баланса;

г) верного ответа нет.

Для построения финансовых моделей и анализа эффективности цифрового бизнеса рекомендуется использовать:

а) только калькулятор;

б) современные программные продукты (Excel/Google Sheets, Power BI, Causal, Finmark);

в) исключительно 1С:Бухгалтерию;

г) верного ответа нет.

Тема 2.3. Организация маркетингового документооборота в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Цифровые маркетинговые стратегии: привлечение, удержание и монетизация аудитории	
2.	Управление маркетинговыми каналами и бюджетом в электронном бизнесе	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Разработайте цифровую маркетинговую стратегию для нового онлайн-магазина товаров для дома. Укажите приоритеты по привлечению, удержанию и монетизации аудитории, а также предложите распределение маркетингового бюджета на первый год.

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения системы автоматизации маркетинга (например, Mindbox или Braze) для интернет-магазина с месячной аудиторией 80 000 активных пользователей. Обоснуйте преимущества и возможные риски.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что такое ROAS в цифровом маркетинге? Варианты ответа: а) стоимость привлечения клиента б) возврат на рекламные затраты (Revenue / Ad Spend) в) только количество кликов		
2.	Какая метрика отражает долгосрочную ценность клиента для бизнеса? Варианты ответа: а) CAC б) LTV (Lifetime Value) в) CTR		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Ключевыми направлениями цифровых маркетинговых стратегий являются:

а) привлечение новой аудитории;

б) удержание существующих клиентов;

в) монетизация аудитории;

г) только размещение баннерной рекламы;

д) работа с churn и повторными продажами.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Основная цель управления маркетинговым бюджетом в электронном бизнесе — это:

а) максимально возможное расходование бюджета;

б) достижение максимальной эффективности (ROMI/ROAS) при оптимальном распределении по каналам;

в) только снижение затрат на рекламу;

г) верного ответа нет.

Для автоматизации маркетинга и оптимизации кампаний рекомендуется использовать:

а) только ручную настройку рекламы;

б) специализированные платформы (Mindbox, Braze, GetResponse, Google Ads) ;

в) исключительно Excel;

г) верного ответа нет.

Раздел 3. Организационно-правовое и сервисное документационное обеспечение цифрового бизнеса

Тема 3.1. Документационное обеспечение управления клиентским опытом и сервисного обслуживания. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Управление сервисным обслуживанием в электронном бизнесе	
2.	Современные системы управления взаимоотношениями с клиентами и	

	сервисные платформы	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Постройте упрощённую карту пути клиента (Customer Journey Map) для покупки товара в интернет-магазине электроники. Выделите ключевые точки касания и предложите меры по улучшению клиентского опыта на каждом этапе.

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения современной сервисной платформы (например, Zendesk или Usedesk) для интернет-магазина с месячным трафиком 120 000 посетителей. Обоснуйте преимущества и возможные риски внедрения.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что такое Customer Journey Map? Варианты ответа: а) список товаров компании б) визуальная схема всех этапов взаимодействия клиента с компанией и его эмоций в) только финансовый отчёт		
2.	Какая метрика наиболее точно отражает уровень удовлетворённости клиентов сервисным обслуживанием? Варианты ответа: а) CTR б) CSAT или NPS в) только количество обработанных заявок		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

Ключевыми элементами управления клиентским опытом в цифровой среде являются:

а) построение карты пути клиента (Customer Journey Map);

б) управление точками касания;

в) анализ эмоциональной составляющей опыта;

г) только увеличение рекламного бюджета;

д) мониторинг удовлетворённости клиентов (CSAT, NPS).

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Основная цель управления сервисным обслуживанием в электронном бизнесе — это:

а) минимизация затрат на поддержку;

б) создание позитивного клиентского опыта и повышение лояльности;

в) только обработка максимального количества обращений;

г) верного ответа нет.

Для автоматизации сервисного обслуживания и мониторинга удовлетворённости клиентов рекомендуется использовать:

а) только телефонную линию;

б) современные сервисные платформы (Zendesk, Usedesk, Freshdesk) и системы аналитики CX;

в) исключительно Excel;

г) верного ответа нет.

Тема 3.2. Организационная структура и регламентация работы команды в электронной коммерции. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Построение организационных структур для цифрового бизнеса: гибкие, сетевые, платформенные модели	
2.	Управление удалёнными и распределёнными командами	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Компания переходит на полностью удалённый формат работы. Разработайте рекомендации по построению эффективной организационной структуры и управлению распределённой командой из 45 человек (продуктовая, разработка, маркетинг, поддержка).

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения инструментов мониторинга вовлечённости и производительности команды (например, Lattice или 15Five) в IT-компании с распределённой командой. Обоснуйте преимущества и возможные риски.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какая организационная модель		

	наиболее характерна для современных цифровых компаний? Варианты ответа: а) жёсткая иерархическая структура б) гибкие, кросс-функциональные и сетевые модели в) только функциональные отделы		
2.	Что является ключевым вызовом при управлении удалёнными командами? Варианты ответа: а) отсутствие необходимости в коммуникации б) поддержание вовлечённости, доверия и корпоративной культуры в) только техническая организация рабочих мест		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

К особенностям организационных структур цифрового бизнеса относятся:

а) гибкие и agile-подходы;

б) кросс-функциональные команды;

в) сетевые и платформенные модели;

г) строгая вертикальная иерархия;

д) акцент на самоорганизацию команд.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Основная цель внедрения инструментов мониторинга вовлечённости команды — это:

а) тотальный контроль за сотрудниками;

б) своевременное выявление проблем и повышение мотивации и эффективности команды;

в) только сокращение затрат на персонал;

г) верного ответа нет.

Для организации взаимодействия и управления производительностью распределённых команд рекомендуется использовать:

а) только телефонные звонки;

б) современные программные продукты (Slack, Jira, Miro, Lattice, ClickUp);

в) исключительно бумажные отчёты;

г) верного ответа нет.

Тема 3.3. Информационная безопасность, юридические и финансовые аспекты: документальное оформление электронных сделок и первичного учёта. ОПК-2.2. ПК-1.1. ПК-1.7.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Обеспечение информационной безопасности электронного бизнеса: защита данных, управление доступом, реагирование на инциденты	

2.	Правовое регулирование цифровой деятельности	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

В интернет-магазине произошла утечка персональных данных 12 000 клиентов. Разработайте план реагирования на инцидент и предложите меры по предотвращению подобных ситуаций в будущем.

Задание 2.

Оцените целесообразность внедрения комплексной системы информационной безопасности (SIEM + DLP + MFA) для среднего интернет-магазина с оборотом 150 млн руб. в месяц. Обоснуйте преимущества и возможные риски.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что означает принцип «нулевого доверия» (Zero Trust) в информационной безопасности? Варианты ответа: а) полное отсутствие контроля доступа б) проверка каждого доступа независимо от местонахождения пользователя в) только использование антивируса		
2.	Какой нормативный акт РФ регулирует обработку персональных данных? Варианты ответа: а) 63-ФЗ «Об электронной подписи» б) 152-ФЗ «О персональных данных»		

	в) только Гражданский кодекс		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранного варианта ответа.

К основным направлениям обеспечения информационной безопасности электронного бизнеса относятся:

а) защита персональных данных;

б) управление доступом (MFA, RBAC);

в) реагирование на инциденты безопасности;

г) только установка антивируса на рабочие компьютеры;

д) мониторинг угроз и использование SIEM-систем.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Основная цель внедрения системы информационной безопасности в электронном бизнесе — это:

а) полное исключение всех рисков;

б) снижение вероятности и последствий инцидентов, защита данных и соответствие законодательству;

в) только сокращение затрат на IT;

г) верного ответа нет.

Для мониторинга угроз, управления доступом и обеспечения соответствия требованиям рекомендуется использовать:

а) только антивирусные программы;

б) современные программные продукты (SIEM, DLP, MFA-системы,

Okta, Splunk);

в) исключительно бумажные журналы доступа;

г) верного ответа нет.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического 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, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная

продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : Учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-9249-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/189400

2. Горбунова, О. Н. Электронный бизнес. Модели бизнеса в интернете : учебное пособие / О. Н. Горбунова, А. М. Войнолович, Е. С. Алексашина. — Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-00078-598-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/331232

3. Гасникова, С. Ю. Управленческая деятельность: документационное обеспечение. Рабочая тетрадь к практическим занятиям для студентов

направления подготовки 38.03.02 Менеджмент : учебное пособие / С. Ю. Гасникова. — Нижневартовск : НВГУ, 2022. — 51 с. — ISBN 978-5-00047-623-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/296729

8.2. Дополнительная литература

1. Ястребов, А. П. Электронная коммерция в бизнесе : учебное пособие / А. П. Ястребов, Р. В. Молчанова. — Санкт-Петербург : ГУАП, 2024. — 86 с. — ISBN 978-5-8088-1933-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/497591

2. Жильчик, Е. Е. Интернет-маркетинг и электронная коммерция : учебное пособие / Е. Е. Жильчик, В. А. Пархименко. — Минск : БГУИР, 2025. — 252 с. — ISBN 978-985-543-766-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/479633

3. Арсеньева, Н. В. Управление организацией в цифровой среде: теория, технологии, практика : монография / Н. В. Арсеньева, Л. М. Путятина, Г. В. Тихонов. — Москва : МАИ, 2025. — 209 с. — ISBN 978-5-00261-304-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/506741

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 20.02.2026). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 29.12.2025). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Федеральный закон «О развитии технологических компаний в Российской Федерации» от 04.08.2023 N 478-ФЗ. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

8.4. Интернет-ресурсы

ЭБС «ЛАНЬ» https://e.lanbook.com
ЭБС «ЗНАНИУМ» https://znanium.ru
Справочно-правовая система «ГАРАНТ» http://
www.garant.ru КонсультантПлюс: справочная правовая система

http://www.consultant.ru/ - бесплатный доступ к основным актам

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

Перечень программного обеспечения:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- МТС-link.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

База данных Ассоциации менеджеров России www.amr.ru

Портал профессионального сообщества менеджеров www.e-xecutive.ru