

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.ДВ.02.01 Электронная коммерция

38.04.05 Бизнес-информатика

Цифровые технологии в бизнесе

магистр

очная

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Осуществляет разработку инструментов и методов проектирования бизнес-процессов заказчика	ПК-2.2 Разработка и выбор инструментов проектирования бизнес-процессов заказчик	знает правила выбора инструментов проектирования бизнес-процессов заказчика
		умеет использовать инструменты проектирования бизнес-процессов заказчика
		владеет навыками технологиями проектирования бизнес-процессов заказчика

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Экосистема и бизнес-модели e-commerce			
1.1.	Экосистема и бизнес-модели e-commerce	1	ПК-2.2	
1.2.	Стратегическое развитие	1	ПК-2.2	Собеседование
1.3.	Логистика	1	ПК-2.2	Собеседование
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
	Для оценки знаний		

1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
2	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Электронная коммерция"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Как вы понимаете электронную коммерцию и чем она отличается от интернет-маркетинга?

Какие основные модели электронной коммерции вы знаете?

В чем отличие B2B-продаж от B2C-продаж в интернете?

Какие преимущества дает бизнесу выход в электронную коммерцию?

Какие риски возникают при запуске интернет-магазина?

Из каких основных блоков состоит интернет-магазин?

Какие функции должны быть у карточки товара?

Что влияет на доверие пользователя к интернет-магазину?

Какие ошибки чаще всего снижают конверсию сайта?

Что такое воронка продаж в e-commerce?

Какие этапы проходит клиент от первого контакта до покупки?

Какие метрики вы бы отслеживали в интернет-магазине в первую очередь?

Что такое conversion rate и как его повысить?

Что такое средний чек и какие способы его увеличения вы знаете?

Что такое САС и почему этот показатель важен?

Что такое LTV и как его можно увеличить?

Как оценить эффективность рекламной кампании интернет-магазина?

Какие источники трафика наиболее важны для e-commerce-проекта?

Чем SEO отличается от контекстной рекламы?

В каких случаях бизнесу выгоднее использовать маркетплейс, а не собственный сайт?

Какие плюсы и минусы есть у работы на маркетплейсах?

Как выбрать маркетплейс для продажи товара?

Какие факторы влияют на ранжирование товаров на маркетплейсе?

Как можно улучшить карточку товара на маркетплейсе?

Что такое юнит-экономика в электронной коммерции?
Какие расходы нужно учитывать при расчете прибыльности онлайн-продаж?
Что такое фулфилмент?
Когда компании выгодно передавать логистику на аутсорсинг?
Какие проблемы могут возникнуть на этапе доставки товара?
Почему возвраты являются важной частью e-commerce-процессов?
Как снизить количество возвратов в интернет-магазине?
Какие способы оплаты стоит подключить интернет-магазину?
Что такое интернет-эквайринг?
Какие требования безопасности важны при онлайн-оплате?
Почему защита персональных данных важна для e-commerce?
Какие данные о клиентах может собирать интернет-магазин?
Как использовать данные клиентов для персонализации продаж?
Что такое CRM и зачем она нужна в электронной коммерции?
Какие задачи решает CRM-система в онлайн-продажах?
Что такое омниканальность?
Чем омниканальная стратегия отличается от мультиканальной?
Как социальные сети могут использоваться для продаж?
Что такое social commerce?
Какие инструменты email-маркетинга применяются в электронной коммерции?
Как сегментация клиентов помогает увеличить продажи?
Какие виды программ лояльности применяются в интернет-торговле?
Как отзывы покупателей влияют на продажи?
Как работать с негативными отзывами клиентов?
Какие показатели можно использовать для оценки удовлетворенности клиентов?
Что такое UX и почему он важен для интернет-магазина?
Какие элементы сайта сильнее всего влияют на пользовательский опыт?
Почему мобильная версия сайта критически важна для e-commerce?
Что такое мобильная коммерция?
Какие преимущества дает использование чат-ботов в электронной коммерции?
Как искусственный интеллект может применяться в онлайн-торговле?
Какие технологии помогают автоматизировать электронную коммерцию?
Что такое динамическое ценообразование?
Какие особенности есть у трансграничной электронной коммерции?
Какие юридические аспекты нужно учитывать при продаже товаров онлайн?
Как вы считаете, какие тренды будут определять развитие электронной коммерции в ближайшие годы?

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Понятие электронной коммерции, ее сущность и место в цифровой экономике.
Основные этапы развития электронной коммерции.
Отличия электронной коммерции от традиционной торговли.
Классификация моделей электронной коммерции: B2C, B2B, C2C, C2B, B2G, G2C.
Характеристика модели B2C в электронной коммерции.
Характеристика модели B2B в электронной коммерции.
Особенности C2C-платформ и онлайн-маркетплейсов.
Электронная коммерция как элемент цифровой трансформации бизнеса.
Инфраструктура электронной коммерции: основные элементы и участники.
Электронный магазин: понятие, структура и основные функции.
Маркетплейс как форма организации электронной торговли.
Отличия интернет-магазина от маркетплейса.
Электронные торговые площадки: назначение, виды и принципы работы.
Основные бизнес-процессы в электронной коммерции.
Жизненный цикл заказа в электронной коммерции.
Роль CRM-систем в электронной коммерции.

Роль ERP-систем в управлении электронной торговлей.
Платежные системы в электронной коммерции: виды и особенности.
Электронные деньги и цифровые платежные инструменты.
Банковские карты, электронные кошельки и системы быстрых платежей в e-commerce.
Интернет-эквайринг: сущность, участники и механизм работы.
Безопасность электронных платежей.
Основные угрозы информационной безопасности в электронной коммерции.
Методы защиты данных пользователей в электронной коммерции.
SSL/TLS-сертификаты и их значение для интернет-магазина.
Персональные данные в электронной коммерции: сбор, хранение и обработка.
Правовое регулирование электронной коммерции.
Электронный договор и электронная подпись.
Защита прав потребителей при дистанционной торговле.
Налогообложение в электронной коммерции.
Логистика в электронной коммерции: сущность и особенности.
Фулфилмент в электронной торговле.
Последняя миля в e-commerce: понятие и проблемы организации.
Управление складскими запасами в электронной коммерции.
Возвраты товаров в электронной коммерции: причины и организация процесса.
Ценообразование в электронной коммерции.
Динамическое ценообразование в онлайн-торговле.
Ассортиментная политика интернет-магазина.
Клиентский опыт в электронной коммерции.
Пользовательский интерфейс и пользовательский опыт в интернет-магазине.
Конверсия в электронной коммерции: понятие и способы повышения.
Воронка продаж в электронной коммерции.
Основные показатели эффективности электронной коммерции: CAC, LTV, CR, AOV, ROI.
Веб-аналитика в электронной коммерции.
Источники трафика интернет-магазина.
SEO-продвижение в электронной коммерции.
Контекстная реклама в электронной торговле.
Таргетированная реклама и социальные сети в e-commerce.
Email-маркетинг и мессенджер-маркетинг в электронной коммерции.
Контент-маркетинг в электронной коммерции.
Оmnikanальность в электронной коммерции.
Мобильная коммерция: понятие, особенности и перспективы.
Социальная коммерция: сущность и инструменты.
Трансграничная электронная коммерция.
Международные маркетплейсы и особенности выхода на них.
Репутация и отзывы покупателей в электронной коммерции.
Программы лояльности в электронной торговле.
Искусственный интеллект в электронной коммерции.
Персонализация предложений в электронной коммерции.
Тенденции и перспективы развития электронной коммерции.
Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Электронная коммерция как фактор развития цифровой экономики.
Эволюция электронной коммерции: от интернет-магазинов к цифровым экосистемам.
Сравнительный анализ моделей B2B и B2C в электронной коммерции.
Маркетплейсы как современная форма организации электронной торговли.
Роль маркетплейсов в развитии малого и среднего бизнеса.
Интернет-магазин: структура, функции и факторы эффективности.
Цифровая трансформация розничной торговли.
Оmnikanальная стратегия в электронной коммерции.
Мобильная коммерция: современное состояние и перспективы развития.
Социальная коммерция и продажи через социальные сети.
Электронные платежные системы в электронной коммерции.
Интернет-эквайринг и безопасность онлайн-платежей.
Защита персональных данных в электронной коммерции.
Информационная безопасность интернет-магазина.
Правовое регулирование электронной коммерции.
Защита прав потребителей при дистанционной торговле.
Логистика в электронной коммерции.
Фулфилмент как инструмент повышения эффективности онлайн-торговли.
Управление возвратами товаров в электронной коммерции.
Веб-аналитика как инструмент управления интернет-магазином.
Метрики эффективности в электронной коммерции.
SEO-продвижение интернет-магазина.
Контекстная и таргетированная реклама в электронной коммерции.
Email-маркетинг в системе онлайн-продаж.
Программы лояльности в электронной торговле.
Персонализация клиентского опыта в электронной коммерции.
Искусственный интеллект в электронной коммерции.
Big Data в управлении онлайн-продажами.
Трансграничная электронная коммерция: возможности и риски.
Перспективы развития электронной коммерции в России и мире.