

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.15 Цифровая торговля

38.03.01 Экономика

Мировые аграрные рынки

бакалавр

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-1 Способен, используя российские и зарубежные источники информации, осуществлять сбор, обработку и систематизацию данных для подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета, в том числе с применением информационных технологий	ПК-1.1 Использует российские и зарубежные источники экономической информации для сбора, обработки и системного анализа социально-экономической ситуации	знает Ключевые российские и зарубежные источники данных по цифровой экономике и электронной торговле: аналитические отчеты UNCTAD, OECD, Всемирного банка, Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), Data Insight, Euromonitor International, статистика Росстата и ЦБ РФ (платежный баланс).
		умеет Осуществлять поиск и системный анализ данных о динамике и структуре цифровой торговли (объемы B2C/B2B, ключевые игроки, тренды). Анализировать социально-экономические факторы, влияющие на развитие e-commerce в разных странах.
		владеет навыками Навык мониторинга и сравнения данных из международных и национальных источников для оценки рынка.
ПК-1 Способен, используя российские и зарубежные источники информации, осуществлять сбор, обработку и систематизацию данных для подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета, в том числе с применением информационных технологий	ПК-1.2 Применяет информационные технологии при подготовке информационных обзоров и/или аналитических отчетов	знает Инструменты для сбора (парсинг, API), обработки (Excel, Python/R для анализа данных) и визуализации (Power BI, Tableau, Datawrapper) информации. Основы SEO-анализа и веб-аналитики.
		умеет Применять цифровые инструменты для подготовки структурированных информационных обзоров и аналитических отчетов по рынку цифровой торговли. Создавать интерактивные дашборды для презентации данных.
		владеет навыками Навык подготовки профессиональных аналитических продуктов с использованием современных ИТ-решений. Навык презентации данных в наглядном формате.

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций

1.	1 раздел. Цифровая торговля			
1.1.	Теоретические основы и масштабы цифровой торговли в мировой экономике	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.2.	Институциональная и правовая среда цифровой торговли	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.3.	Контрольная точка № 1	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.4.	Технологии и бизнес-модели в цифровой торговле	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Тест
1.5.	Аналитика и стратегии в цифровой торговле	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат
1.6.	Контрольная точка № 2	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.7.	Промежуточная аттестация	8	ПК-1.1, ПК-1.2	Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
	Промежуточная аттестация			За

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	Устный опрос	Средство контроля знаний студентов, способствующее установлению непосредственного контакта между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.	Перечень вопросов для устного опроса
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету
---	-------	---	----------------------------

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

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Вопросы и задания к контрольным точкам

Теоретические вопросы

Теоретические основы и масштабы цифровой торговли в мировой экономике.

1. Понятие, виды (B2B, B2C, C2C, B2G) и ключевые характеристики цифровой торговли. Отличие от традиционной торговли.
2. Масштабы и динамика глобального рынка электронной коммерции: региональные особенности (Китай, США, ЕС, Россия). Факторы роста.
3. Экономика платформ: модели доходов (комиссионные, подписка, реклама), сетевые эффекты, многогранность рынков.
4. Влияние цифровой торговли на глобальные цепочки создания стоимости, логистику и международное разделение труда.

Институциональная и правовая среда цифровой торговли.

1. Многоуровневое регулирование: международные инициативы (ВТО – мораторий на электронные передачи, переговоры по e-commerce), региональное (регламент ЕС о защите данных – GDPR, цифровые рынки – DMA), национальное (законы РФ о персональных данных, о регулировании маркетплейсов).
2. Правовые аспекты: электронный контракт, защита прав потребителей, ответственность информационных посредников (маркетплейсов), вопросы юрисдикции и применимого права.
3. Налогообложение цифровой торговли: НДС/налог на цифровые услуги, проблема налогообложения гигантов цифровой экономики (прогресс по Pillar 1 ОЭСР).
4. Борьба с контрафактом и защита интеллектуальной собственности в цифровой среде. Технологии и бизнес-модели в цифровой торговле.
1. Ключевые технологические драйверы: мобильная коммерция, социальная коммерция, искусственный интеллект (персонализация, чат-боты), большие данные, Интернет вещей (умные склады).
2. Основные бизнес-модели: маркетплейсы (Amazon, Alibaba, Ozon), агрегаторы, прямые продажи (D2C), подписочная модель (subscription).
3. Цифровые платежные системы и финтех: экосистемы, криптоактивы, цифровые валюты центральных банков (CBDC).
4. Цифровая логистика и «последняя миля»: автоматизация складов, дроны, краудлогистика.

Аналитика и стратегии в цифровой торговле.

1. Методы анализа цифровых рынков: конкурентная разведка, анализ трафика (SimilarWeb, Alexa), оценка монетизации, анализ поведения потребителей.
2. Цифровой маркетинг и привлечение трафика: SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама в соцсетях, воронка продаж.
3. Стратегии выхода на международные цифровые рынки: локализация, выбор

платформы, логистика, правовые аспекты.

4. Тренды и будущее цифровой торговли: метавселенные, социальная коммерция на базе видео, устойчивое развитие и «зеленый» e-commerce.

Примерные практико-ориентированные задания

1. Аналитический отчет по рынку: Используя международные (UNCTAD, eMarketer) и российские (Data Insight, АКИТ) источники, подготовить сравнительный аналитический отчет по рынку цифровой торговли в двух странах (например, Россия и Турция, или Германия и Польша). Включить анализ объема рынка, темпов роста, доли мобильной коммерции, ключевых игроков и регуляторных особенностей. Визуализировать данные в виде дашборда (Power BI/Tableau).

2. Разработка стратегии интернационализации для D2C-бренда: На основе анализа выбранной зарубежной страны (например, Казахстан или ОАЭ) разработать поэтапную стратегию вывода на ее рынок российского D2C-бренда (например, косметика, товары для хобби, нишевые продукты питания). Включить анализ конкурентов, выбор каналов продаж (собственный сайт, маркетплейс), план по логистике и фулфилменту, адаптацию маркетинга и правовые аспекты.

3. Кейс по регулированию: Проанализировать конкретный регуляторный кейс в сфере цифровой торговли (например, антимонопольное дело против Amazon в ЕС или против Wildberries в России, или введение «налога на Google» в различных странах). Оценить экономические предпосылки, правовые аргументы сторон, последствия для бизнеса и рынка. Подготовить презентацию с выводами.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тип 1: Выбор одного правильного ответа.

1. Какая бизнес-модель электронной торговли предполагает, что платформа сводит множество покупателей и множество независимых продавцов, получая доход в основном за счет комиссии с продаж?

- а) Модель прямых продаж (D2C – Direct-to-Consumer)
- б) Модель розничного интернет-магазина (E-tailer)
- в) Модель маркетплейса (Marketplace)
- г) Подписочная модель (Subscription)

Ответ: в)

2. Какой международный регуляторный акт Европейского союза устанавливает строгие правила сбора и обработки персональных данных, распространяющиеся на все компании, работающие с резидентами ЕС?

- а) Директива об авторском праве в цифровую эпоху
- б) Регламент об общих правилах защиты данных (GDPR)
- в) Директива об электронной коммерции
- г) Регламент о цифровых рынках (DMA)

Ответ: б)

Тип 2: Выбор нескольких правильных ответов.

3. Какие из перечисленных факторов являются ключевыми драйверами роста глобальной цифровой торговли?

- а) Повсеместное распространение смартфонов и мобильного интернета.
- б) Снижение доверия потребителей к онлайн-платежам.
- в) Развитие глобальных логистических сетей и фулфилмент-услуг.
- г) Усиление протекционистских мер и цифровых барьеров.
- д) Рост популярности социальных сетей и социальной коммерции.

Ответ: а, в, д

Тип 3: Установление соответствия.

4. Установите соответствие между видом электронной торговли и его кратким описанием:

- 1. B2B (Business-to-Business)
- 2. B2C (Business-to-Consumer)

3. C2C (Consumer-to-Consumer)
4. B2G (Business-to-Government)

- а) Онлайн-продажи товаров или услуг конечным потребителям (например, интернет-магазин одежды).
- б) Электронные закупки товаров и услуг для государственных нужд через специализированные порталы.
- в) Торговые операции между компаниями (например, поставка сырья или корпоративное ПО).
- г) Торговля между частными лицами, обычно через платформы-посредники (например, Avito, eBay).

Ответ: 1-в, 2-а, 3-г, 4-б

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

Вопросы и задания к зачету

Теоретические вопросы

Теоретические основы и масштабы цифровой торговли в мировой экономике.

1. Понятие, виды (B2B, B2C, C2C, B2G) и ключевые характеристики цифровой торговли. Отличие от традиционной торговли.
2. Масштабы и динамика глобального рынка электронной коммерции: региональные особенности (Китай, США, ЕС, Россия). Факторы роста.
3. Экономика платформ: модели доходов (комиссионные, подписка, реклама), сетевые эффекты, многогранность рынков.
4. Влияние цифровой торговли на глобальные цепочки создания стоимости, логистику и международное разделение труда.

Институциональная и правовая среда цифровой торговли.

1. Многоуровневое регулирование: международные инициативы (ВТО – мораторий на электронные передачи, переговоры по e-commerce), региональное (регламент ЕС о защите данных – GDPR, цифровые рынки – DMA), национальное (законы РФ о персональных данных, о регулировании маркетплейсов).
2. Правовые аспекты: электронный контракт, защита прав потребителей, ответственность информационных посредников (маркетплейсов), вопросы юрисдикции и применимого права.
3. Налогообложение цифровой торговли: НДС/налог на цифровые услуги, проблема налогообложения гигантов цифровой экономики (прогресс по Pillar 1 ОЭСР).
4. Борьба с контрафактом и защита интеллектуальной собственности в цифровой среде. Технологии и бизнес-модели в цифровой торговле.
1. Ключевые технологические драйверы: мобильная коммерция, социальная коммерция, искусственный интеллект (персонализация, чат-боты), большие данные, Интернет вещей (умные склады).
2. Основные бизнес-модели: маркетплейсы (Amazon, Alibaba, Ozon), агрегаторы, прямые продажи (D2C), подписочная модель (subscription).
3. Цифровые платежные системы и финтех: экосистемы, криптоактивы, цифровые валюты центральных банков (CBDC).
4. Цифровая логистика и «последняя миля»: автоматизация складов, дроны, краудлогистика.

Аналитика и стратегии в цифровой торговле.

1. Методы анализа цифровых рынков: конкурентная разведка, анализ трафика (SimilarWeb, Alexa), оценка монетизации, анализ поведения потребителей.
2. Цифровой маркетинг и привлечение трафика: SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама в соцсетях, воронка продаж.
3. Стратегии выхода на международные цифровые рынки: локализация, выбор

платформы, логистика, правовые аспекты.

4. Тренды и будущее цифровой торговли: метавселенные, социальная коммерция на базе видео, устойчивое развитие и «зеленый» e-commerce.

Примерные практико-ориентированные задания

1. Аналитический отчет по рынку: Используя международные (UNCTAD, eMarketer) и российские (Data Insight, АКИТ) источники, подготовить сравнительный аналитический отчет по рынку цифровой торговли в двух странах (например, Россия и Турция, или Германия и Польша). Включить анализ объема рынка, темпов роста, доли мобильной коммерции, ключевых игроков и регуляторных особенностей. Визуализировать данные в виде дашборда (Power BI/Tableau).

2. Разработка стратегии интернационализации для D2C-бренда: На основе анализа выбранной зарубежной страны (например, Казахстан или ОАЭ) разработать поэтапную стратегию вывода на ее рынок российского D2C-бренда (например, косметика, товары для хобби, нишевые продукты питания). Включить анализ конкурентов, выбор каналов продаж (собственный сайт, маркетплейс), план по логистике и фулфилменту, адаптацию маркетинга и правовые аспекты.

3. Кейс по регулированию: Проанализировать конкретный регуляторный кейс в сфере цифровой торговли (например, антимонопольное дело против Amazon в ЕС или против Wildberries в России, или введение «налога на Google» в различных странах). Оценить экономические предпосылки, правовые аргументы сторон, последствия для бизнеса и рынка. Подготовить презентацию с выводами.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Тематика рефератов по дисциплине

1. Платформенная экономика и антимонопольное регулирование: вызовы доминирования цифровых гигантов (на примере Amazon, Alibaba, «Яндекс.Маркета»).

2. Социальная коммерция (social commerce) как новый драйвер роста: интеграция социальных сетей и торговли (TikTok Shop, Instagram Shopping, VK Маркет).

3. Влияние больших данных и искусственного интеллекта на персонализацию и управление цепочками поставок в электронной торговле.

4. Правовые и налоговые аспекты трансграничной цифровой торговли: проблема определения постоянного учреждения и взимания НДС.

5. Устойчивое развитие (sustainability) в цифровой торговле: экологичная упаковка, углеродный след логистики, ответственное потребление.

6. Цифровизация B2B-торговли: корпоративные маркетплейсы и электронные торговые площадки в промышленности и АПК.

7. Роль финтех-экосистем (Alipay, «Сбер», Tinkoff) в развитии цифровой торговли.

8. Метавселенные и будущее e-commerce: виртуальные магазины, цифровые товары (NFT) и новый потребительский опыт.