

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Электронная коммерция (продвинутый уровень)»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ.

1. Какое из перечисленных определений наиболее точно описывает электронную коммерцию?

- А) исключительно торговля цифровыми товарами
- Б) продажа товаров только через социальные сети
- В) осуществление коммерческих операций через интернет
- Г) оказание услуг только в офлайн-режиме

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Какой инструмент интернет-маркетинга позволяет анализировать поведение пользователей на сайте?

- А) исключительно реклама в печатных изданиях
- Б) телефонные опросы без онлайн-данных
- В) физический аудит пользователей
- Г) web-аналитика

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Какая основная угроза связана с цифровой экономикой?

- А) снижение спроса на цифровые технологии
- Б) кибератаки и утечка данных
- В) отказ от использования банковских карт
- Г) полное исчезновение интернет-коммерции

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между технологиями и их функциями в «цифровой» экономике:

Технологии	Функции
1) Блокчейн	А) Хранение и обработка данных в удалённых центрах
2) Облачные вычисления	Б) Соединение устройств в единую сеть для обмена данными и оптимизации использования
3) Искусственный интеллект	В) Обеспечение безопасности и прозрачности транзакций
4) Интернет вещей	Г) Анализ данных и принятие решений на основе алгоритмов

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	А	Г	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Установите соответствие между направлениями цифровизации государства и их результатами:

Направления цифровизации	Результаты
1) Цифровизация здравоохранения	А) Использование портала для оказания различных электронных госуслуг
2) Цифровизация образования	Б) Внедрение электронных медицинских карт
3) Цифровизация государственного управления	В) Использование систем автоматизированного управления трафиком
4) Цифровизация транспортной системы	Г) Использование онлайн-платформ для обучения

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	Г	А	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Установите соответствие между категориями цифровых угроз и их примерами:

Категории угроз	Примеры
1) Финансовые риски	А) Рост безработицы из-за автоматизации
2) Социальные риски	Б) Сбои в системах онлайн-платежей
3) Технические риски	В) Недостаточная правовая защита пользователей
4) Регуляторные риски	Г) Отказ оборудования из-за сложных алгоритмов управления и взаимодействия техники

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	А	Г	В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Расположите этапы создания электронной коммерции в правильном порядке их последовательной реализации:

А) запуск маркетинговой кампании

Б) оценка первых результатов

В) разработка бизнес-модели

Г) создание платформы

Правильный ответ: В, Г, А, Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Установите правильную логическую последовательность реализации функций электронной коммерции:

А) обеспечение онлайн-платежей

Б) организация доставки

В) обратная связь с клиентом

Г) каталогизация товаров

Правильный ответ: Г, А, Б, В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Расположите этапы анализа деятельности компании в правильном логическом порядке:

А) разработка рекомендаций

Б) сбор данных о продажах

В) определение проблемных зон

Г) анализ целевой аудитории

Правильный ответ: Б, Г, В, А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Онлайн-платформа, предоставляющая пользователям возможность покупки товаров или услуг через интернет – это _____.

Правильный ответ: интернет-магазин

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Для оценки эффективности рекламных кампаний используется коэффициент _____.

Правильный ответ: конверсии

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Совокупность инструментов и стратегий продвижения товаров через интернет – это _____.

Правильный ответ: интернет-маркетинг

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Платформа, которая объединяет участников для взаимодействия в «цифровой» экономике – это _____.

Правильный ответ: цифровая платформа / онлайн-платформа / цифровая экосистема

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Система, позволяющая организовать доступ к большим массивам данных в режиме реального времени – это _____.

Правильный ответ: облачные технологии / облачные вычисления / облачная платформа

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Показатель эффективности интернет-рекламы, измеряемый количеством переходов на сайт – это _____.

Правильный ответ: коэффициент переходов / CTR / кликабельность

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания открытого типа с развёрнутым ответом

1. Практическая задача

Условие задачи. Интернет-магазина, который специализируется на продаже бытовой техники. Требуется определить, какой из двух вариантов акций будет более выгодным для увеличения чистой прибыли магазина.

– вариант 1 – скидка 20 % на всю бытовую технику;

– вариант 2 – бесплатная доставка при заказе от 5 000 руб.

Дополнительная информация:

– средний чек в магазине составляет 4 500 руб.;

– закупочная цена товаров составляет 70 % от розничной цены продажи (маржинальность = 30 %);

– доставка обойдётся магазину в среднем 500 руб. за один заказ.

Вопрос к задаче. Какой вариант будет наиболее выгоден магазину в качестве акции для увеличения чистой прибыли магазина? Произведите необходимый расчёт и сделайте вывод.

Время выполнения – 30 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

– правильность расчёта;

– правильность вывода.

Ожидаемый результат в виде решения задачи

1) анализ варианта 1 – скидка 20 % на всю бытовую технику

Исходная цена товара: 4500 руб.

Скидка 20 % означает, что новая цена составит: $4500 \times (1 - 0,2) = 3600$ руб.

Себестоимость товара остаётся неизменной и составляет 70 % от исходной цены:

$4\,500 \times 0,7 = 3\,150$ руб.

Прибыль с одного заказа после скидки: $3\,600 - 3\,150 = 450$ руб.

2) анализ варианта 2 – бесплатная доставка при заказе от 5 000 руб.

Чтобы получить бесплатную доставку, покупатели будут стремиться увеличить сумму заказа до 5 000 руб.

Новая средняя цена заказа: 5 000 руб.

Себестоимость товара составляет 70 % от цены: $5\,000 \times 0,7 = 3\,500$ руб.

Прибыль с одного заказа до учёта стоимости доставки: $5\,000 - 3\,500 = 1\,500$ руб.

Учитывая стоимость доставки (500 руб.), чистая прибыль: $1\,500 - 500 = 1\,000$ руб.

3) Сравнение вариантов:

Чистая прибыль с одного заказа при варианте 1: 450 руб.

Чистая прибыль с одного заказа при варианте 2: 1000 руб.

Вывод. Вариант 2 (бесплатная доставка при заказе от 5 000 руб.) является более выгодным для увеличения чистой прибыли магазина, так как прибыль с одного заказа в этом случае выше (1 000 руб. против 450 руб.). Таким образом, несмотря на увеличение среднего чека и дополнительных затрат на доставку, второй вариант обеспечивает большую прибыль по сравнению со скидкой в 20 %.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Практическая задача

Условие задачи. Магазин бытовой электроники, продолжительное время работающий по схеме электронных продаж, планирует запустить новую линейку электроники. Для привлечения клиентов рассматриваются два варианта стратегических направления:

– вариант 1 – увеличение бюджета на целевую рекламу на 30 %;

– вариант 2 – разработка и внедрение программы лояльности для постоянных клиентов с предоставлением скидок и бонусов.

Вопрос к задаче. Исходя из анализа текущих рыночных трендов необходимо выбрать оптимальную стратегию, которая в данной ситуации будет более эффективной для увеличения продаж? Обоснуйте ответ.

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде решения задачи

Оптимальной стратегией для магазина в данной ситуации является разработка и внедрение программы лояльности для постоянных клиентов.

Обоснование ответа

Анализируя существующие рыночные тренды видно, что программы лояльности способствуют увеличению повторных покупок и удержанию клиентской базы, что в долгосрочной перспективе приводит к стабильному росту продаж.

Рекламные кампании, хотя и привлекают новых клиентов, могут быть менее эффективны в плане удержания и повторных покупок без дополнительных стимулов.

Таким образом, учитывая текущие рыночные тренды, где потребители ценят персонализацию и лояльность, внедрение программы лояльности будет более стратегически правильным выбором. Это позволит магазину не только привлекать новых покупателей, но и значительно увеличить уровень повторных покупок и удержания клиентской базы, что в конечном итоге приведёт к стабильному росту продаж и укреплению конкурентных позиций на рынке.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Практическая задача

Условие задачи. Магазин, работающий по схеме традиционных продаж, внедрил новую систему онлайн оплаты товаров на своём сайте. Однако исходя из анализа действий пользователей сайта магазина (потенциальных покупателей) видно, что многие из них часто отказываются от завершения покупки на этапе осуществления оплаты за выбранный товар. При этом, сайт полностью работает корректно и без сбоев.

Вопрос к задаче. Требуется определить, что именно является наиболее вероятной причиной отказов от совершения онлайн покупки? Обоснуйте ответ.

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- обоснованность ответа.

Ожидаемый результат в виде решения задачи

Наиболее вероятная причина скорее всего связана с отсутствием популярных и удобных способов онлайн оплаты.

Обоснование ответа

Если магазин не предлагает привычные и удобные способы оплаты (например, банковские карты, электронные кошельки, сервисы быстрых платежей), покупатели отказываются от завершения покупки. Решение – добавить востребованные в регионе способы оплаты.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Электронная коммерция (продвинутый уровень)» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
Экономического института



Е.Н. Шаповалова