

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Панарин Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.06.2026 12:03:06

Уникальный программный ключ:

a5da3d9896e9d535580e3f9a7da4892154ef8502



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«Московский психолого-социальный университет»

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)

Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Кафедра «Экономики и цифровых технологий»

**Фонд
оценочных средств
по дисциплине: «Электронный бизнес»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

**Направление подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика**

**Направленность (профиль)
Data Science**

**Квалификация (степень) выпускника
бакалавр**

**Форма обучения
очная**

Москва

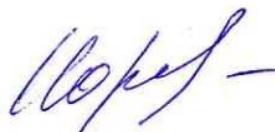
2026 год набора

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденным приказом Министерство науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июля 2020г. № 838» по дисциплине «**Электронный бизнес**».

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры «Экономики и цифровых технологий»

Протокол № 7 от 22 января 2026 г.

И.о. заведующий кафедрой
«Экономики и цифровых технологий»



И.Ф. Иорданиди

Согласовано:

Декан экономического факультета



М.К. Чистякова

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы ПК-3.1, ПК-3.2

Код и описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК – 3 Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	ПК-3.1. Собирает и использует информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений.	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
	ПК-3.2. Способен анализировать, обосновывать и выбирать эффективное решение на его информационного и бизнес - анализа	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

3.Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 1. Что такое электронный бизнес (e-business)? а) Продажа товаров через Интернет. б) Использование Интернета для ведения бизнеса. в) Ведение бизнеса с помощью компьютерных технологий и сетей. г) Все вышеперечисленное. 2. Основная цель электронного бизнеса: а) Уменьшение затрат. б) Повышение прибыли. в) Увеличение эффективности бизнес-процессов и расширение рынка сбыта. г) Все вышеперечисленное.	ПК-3.1. Собирает и использует информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений.	Базовый 1-3 минуты

3. Какие типы электронного бизнеса существуют? a) Только B2C. b) B2C, B2B, C2C, B2G, G2B, G2C. c) Только B2B. d) Только C2C. 4. Что означает B2C? a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Consumer to Consumer (потребитель для потребителя). d) Business to Government (бизнес для государства). 5. Что означает B2B? a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Consumer to Consumer (потребитель для потребителя). d) Business to Government (бизнес для государства). 6. Что означает C2C? a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Consumer to Consumer (потребитель для потребителя). d) Business to Government (бизнес для государства). 7. Что означает B2G a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Business to Government (бизнес для государства). d) Government to Business (государство для бизнеса) . 8. Что означает G2B? a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Government to Business (государство для бизнеса) d) Government to Consumer (государство для потребителя). 9. Что означает G2C? a) Business to Business (бизнес для бизнеса). b) Business to Consumer (бизнес для потребителя). c) Government to Business (государство для бизнеса) . d) Government to Consumer (государство для потребителя).		
---	--	--

10. Что такое электронная коммерция (e-commerce)? a) Ведение бизнеса через Интернет. b) Продажа товаров и услуг через Интернет. c) Использование Интернета для маркетинга. d) Все вышеперечисленное.		
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 11. Что такое электронный маркетинг (e-marketing)? a) Продажа товаров через Интернет. b) Использование Интернета для продвижения товаров и услуг. c) Создание веб-сайта. d) Все вышеперечисленное. 12. Что такое веб-сайт? a) Не имеет значения. b) Коллекция взаимосвязанных веб-страниц, доступных через Интернет. c) Только для коммерческих организаций. d) Только для личного использования. 13. Что такое онлайн-магазин? a) Не имеет значения. b) Веб-сайт, предназначенный для продажи товаров и услуг онлайн. c) Только для B2C рынка. d) Только для B2B рынка. 14. Что такое платежные системы? a) Не имеет значения. b) Системы, позволяющие осуществлять платежи онлайн. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для банковских организаций. 15. Что такое электронная почта? a) Не имеет значения. b) Система обмена сообщениями через Интернет. c) Только для личного использования. d) Только для коммерческих организаций. 16. Что такое социальные сети? a) Не имеет значения. b) Онлайн-платформы, позволяющие людям взаимодействовать друг с другом. c) Только для личного использования.	ПК-3.2. Способен анализировать, обосновывать и выбирать эффективное решение на его информационного и бизнес - анализа	Повышенный 3-5 минут

d) Только для коммерческих организаций. 17. Что такое контент-маркетинг? a) Не имеет значения. b) Создание и распространение ценного контента для привлечения и удержания клиентов. c) Только для B2C рынка. d) Только для B2B рынка. 18. Что такое SEO? a) Не имеет значения. b) Оптимизация сайта для поисковых систем. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для веб-сайтов. 19. Что такое SEM? a) Не имеет значения. b) Поисковый маркетинг. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для веб-сайтов. 20. Что такое PPC? a) Не имеет значения. b) Контекстная реклама. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для веб-сайтов.		
<i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</i> Кейс 1: Выбор платформы для онлайн-магазина Ситуация: Компания планирует открыть онлайн-магазин. Какие факторы необходимо учитывать при выборе платформы для его создания? Ответ: Необходимо учитывать: бюджет, функциональность (возможность управления каталогом, обработки заказов, интеграции с платежными системами и службами доставки), масштабируемость (возможность увеличения количества товаров и заказов), удобство использования, дизайн, SEO-оптимизацию, интеграцию с другими системами (CRM, ERP), стоимость обслуживания и технической поддержки. Также важно оценить надежность и безопасность платформы. Кейс 2: Разработка стратегии e-marketing	ПК-3.1. Собирает и использует информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений. ПК-3.2. Способен анализировать, обосновывать и выбирать эффективное решение на его информационного и бизнес - анализа	Высокий 5-10 минут

Ситуация: Компания запускает новый продукт и хочет привлечь максимальное количество клиентов через Интернет. Как разработать эффективную стратегию e-marketing?

Ответ: Стратегия должна включать: анализ целевой аудитории, выбор каналов продвижения (SEO, SEM, SMM, e-mail маркетинг, контент-маркетинг, реклама в социальных сетях), разработку уникального торгового предложения (УТП), создание качественного контента, мониторинг результатов и коррекцию стратегии в зависимости от полученных данных. Важно также учитывать бюджет и сроки.

Кейс 3: Управление онлайн-репутацией

Ситуация: Компания столкнулась с негативными отзывами о своих товарах или услугах в Интернете. Как управлять онлайн-репутацией?

Ответ: Необходимо мониторить отзывы в Интернете, реагировать на негативные отзывы оперативно и конструктивно, создавать положительный контент о компании и своих продуктах, участвовать в дискуссиях и отвечать на вопросы клиентов, сотрудничать с лидерами мнений и блогерами. Важно также анализировать отзывы и вносить необходимые изменения в работу компании.

Кейс 4: Выбор платежной системы

Ситуация: Онлайн-магазин нуждается в безопасной и надежной платежной системе. Какие факторы следует учитывать при выборе?

Ответ: Необходимо учитывать: безопасность (защита от мошенничества), стоимость транзакций, наличие различных способов оплаты (банковские карты, электронные деньги), удобство использования, интеграцию с другими системами, надежность и репутацию платежной системы, поддержку различных валют.

3.2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 21. Что такое баннерная реклама? а) Не имеет значения. б) Реклама в виде графических баннеров. в) Только для веб-сайтов. г) Только для социальных сетей. 22. Что такое e-mail маркетинг? а) Не имеет значения. б) Маркетинг с использованием электронной почты. в) Только для B2C рынка. г) Только для B2B рынка. 23. Что такое SMM? а) Не имеет значения. б) Маркетинг в социальных сетях. в) Только для B2C рынка. г) Только для B2B рынка. 24. Что такое вирусный маркетинг? а) Не имеет значения. б) Маркетинговая стратегия, которая использует вирусный эффект для распространения информации. в) Только для социальных сетей. г) Только для интернета. 25. Что такое информационная безопасность в e-business? а) Не имеет значения. б) Защита информации от несанкционированного доступа и изменения. в) Только для онлайн-магазинов. г) Только для банковских организаций. 26. Что такое кибербезопасность? а) Не имеет значения. б) Защита компьютерных систем и сетей от киберугроз. в) Только для крупных компаний. г) Только для государственных организаций. 27. Что такое платежная безопасность? а) Не имеет значения. б) Защита платежных транзакций от мошенничества. в) Только для онлайн-магазинов.	ПК-3.1. Собирает и использует информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений.	Базовый 1-3 минуты

d) Только для банковских организаций. 28. Что такое защита от мошенничества? a) Не имеет значения. b) Меры по предотвращению мошеннических действий в онлайн. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для финансовых организаций. 29. Что такое электронная подпись? a) Не имеет значения. b) Криптографический аналог рукописной подписи. c) Только для юридически значимых документов. d) Только для электронных договоров. 30. Что такое цифровой сертификат? a) Не имеет значения. b) Электронный документ, подтверждающий подлинность цифровой подписи. c) Только для юридически значимых документов. d) Только для электронных договоров.		
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 31. Что такое логистика в e-business? a) Не имеет значения. b) Организация доставки товаров покупателям. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для крупных компаний. 32. Что такое управление запасами в e-business? a) Не имеет значения. b) Оптимизация уровня запасов товаров на складе. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для розничных магазинов. 33. Что такое клиентский сервис в e-business? a) Не имеет значения. b) Обслуживание клиентов через Интернет. c) Только для онлайн-магазинов. d) Только для B2C рынка. 34. Что такое аналитика в e-business? a) Не имеет значения. b) Анализ данных для принятия управленческих решений. c) Только для крупных компаний. d) Только для малых компаний. 35. Что такое персонализация в e-business? a) Не имеет значения.	ПК-3.2. Способен анализировать, обосновывать и выбирать эффективное решение на его информационного и бизнес - анализа	Повышен ный 3-5 минут

b) Подбор индивидуальных предложений для клиентов. c) Только для B2C рынка. d) Только для B2B рынка. 36. Что такое мобильный e-business? a) Не имеет значения. b) Ведение бизнеса с помощью мобильных устройств. c) Только для B2C рынка. d) Только для B2B рынка. 37. Что такое искусственный интеллект в e-business? a) Не имеет значения. b) Использование искусственного интеллекта для автоматизации бизнес-процессов. c) Только для крупных компаний. d) Только для малых компаний. 38. Что такое большие данные в e-business? a) Не имеет значения. b) Анализ огромных объемов данных для повышения эффективности бизнеса. c) Только для крупных компаний. d) Только для малых компаний. 39. Какие риски существуют в электронном бизнесе? a) Отсутствуют риски. b) Мошенничество, утечка информации, отказ в обслуживании, конкуренция. c) Только мошенничество. d) Только утечка информации. 40. Как оценить эффективность e-business? a) Не нужно оценивать. b) Анализ прибыли, роста продаж, удовлетворенности клиентов, снижения затрат. c) Только анализ прибыли. d) Только анализ роста продаж.		
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ Кейс 5: Логистика в e-commerce Ситуация: Онлайн-магазин сталкивается с задержками доставки товаров клиентам. Как оптимизировать логистику? Ответ: Необходимо оптимизировать склады, выбрать надежных партнеров по доставке, использовать системы слежения за посылками, создать эффективную систему обработки заказов, повышать	ПК-3.1. Собирает и использует информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений. ПК-3.2. Способен анализировать, обосновывать и выбирать эффективное решение на его	Высокий 5-10 минут

информированность клиентов о статусе их заказов, автоматизировать логистические процессы, анализировать данные о доставке и вносить необходимые изменения. Кейс 6: Персонализация маркетинговых кампаний Ситуация: Компания хочет повысить эффективность маркетинговых кампаний путем персонализации. Как это сделать? Ответ: Необходимо собирать данные о клиентах (история покупок, демографические данные, поведенческие факторы), использовать эти данные для создания персонализированных предложений, использовать системы таргетированной рекламы, персонализировать e-mail рассылки и сообщения в социальных сетях. Кейс 7: Анализ данных в электронном бизнесе Ситуация: Компания хочет лучше понимать поведение своих клиентов и оптимизировать свою работу. Как использовать аналитику данных? Ответ: Необходимо собирать и анализировать данные о поведении клиентов на сайте, истории покупок, истории взаимодействия с компанией. Анализ данных позволит оптимизировать маркетинговые кампании, повысить конверсию, улучшить клиентский сервис, а также принять более обоснованные управленческие решения. Можно использовать специализированные инструменты веб-аналитики и CRM-системы. Кейс 8: Защита от мошенничества Ситуация: Онлайн-магазин сталкивается с проблемой мошеннических платежей. Какие меры можно принять для защиты от мошенничества?	информационного и бизнес - анализа	
--	---	--

3.3. Вопросы к экзамену (промежуточная аттестация), формирование компетенций (ПК-3.1, ПК-3.2)

1. Значение тайм-менеджмента в организации работы менеджера.
2. Влияние тайм-менеджмента на развитие карьеры.
3. Хронометраж как инструмент учета и контроля расходов времени менеджера.
4. Инвентаризация времени как инструмент тайм-менеджмента.
5. Принципы и инструменты успешного тайм-менеджмента.
6. Роль тайм-менеджмента в повышении эффективности деятельности современной организации.
7. Алгоритм постановки целей в профессиональной сфере деятельности.
8. Модели SMART и «Дерево целей» — как инструменты профессионального стратегического планирования.

9. Соотношение временных затрат и получаемых результатов в деятельности менеджера (принцип Парето).
10. Установление приоритетов в решении профессиональных задач на основе метода АБВ.
11. Использование матрицы Эйзенхауэра для распределения стратегических, тактических и оперативных задач.
12. Метод «пяти пальцев» Л. Зайверта в планировании и контроле выполнения рабочих задач.
13. Стратегии управления рабочим временем менеджера.
14. Причины потерь рабочего времени и их классификация.
15. Способы сокращения потерь рабочего времени.
16. Фотография рабочего времени: цели, задачи, особенности.
17. Хронофаги как фактор потери рабочего времени: понятие и виды.
18. Режим рабочего времени, его роль в деятельности менеджера.
19. Особенности работы менеджера в условиях дефицита рабочего времени.
20. Инструменты организации рабочего времени руководителя.
21. Организация рабочего времени менеджера в рамках ненормированного рабочего дня.
22. Методы и инструменты планирования рабочего времени менеджера.
23. Понятие резервов рабочего времени и их классификация.
24. Ресурсно-календарный график планирования времени.
25. Правила личной организованности и самодисциплины.
26. Индивидуальный фонд времени и его структура.
27. Грамотное распределение рабочей нагрузки как основа успеха и эффективной работы.
28. Правила организации эффективного отдыха.
29. Способы минимизации неэффективных расходов времени.
30. Ассертивное поведение как инструмент управления временем менеджера.
31. Способы противостояния стрессу менеджера с использованием техник тайм-менеджмента.
32. Значение тайм-менеджмента при управлении карьерой.
33. Роль тайм-менеджмента в процессе совершенствования принципов делегирования полномочий.
34. Значение контрольных мероприятий в тайм-менеджменте.
35. Работа над памятью как один из важных способов рационализации времени.
36. Инструменты повышения эффективности использования времени.
37. Организация рабочего времени подчиненных.
38. Процессный подход к организации рабочего времени на основе методики Кайдзен.
39. Зависимость состояния и работоспособности от биологической активности человека.
40. Концепция личностного и организационного развития С.Кови.
41. Составление дневного плана дел по методу «Альпы».

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
----------	--	----------------------	-------------------------------

1.	Экзамен ПК-3.1, ПК-3.2	Правильность ответов на все вопросы (верное, четкое и достаточно глубокое изложение идей, понятий, фактов и т.д.); Сочетание полноты и лаконичности ответа; Наличие практических навыков по дисциплине (решение задач или заданий); Ориентирование в учебной, научной и специальной литературе; Логика и аргументированность изложения; Грамотное комментирование, приведение примеров, аналогий; Культура ответа.	1. оценка «отлично» - обучающийся должен дать полные, исчерпывающие ответы на вопросы билета, в частности, ответ должен предполагать знание основных понятий и их особенностей, умение правильно определять специфику соответствующих отношений, правильное решение практического задания. Оценка «отлично» предполагает наличие системы знаний по предмету, умение излагать материал в логической последовательности, систематично, грамотным языком; 2. оценка «хорошо» - обучающийся должен дать полные ответы на вопросы, указанные в билете. Допускаются неточности при ответе, которые все же не влияют на правильность ответа. Ответ должен предполагать знание основных понятий и их особенностей, умение правильно определять специфику соответствующих отношений. Оценка «хорошо» предполагает наличие системы знаний по предмету, умение излагать материал в логической последовательности, систематично, грамотным языком, однако, допускаются незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые все же не искажают сути соответствующего ответа; 3. оценка «удовлетворительно» - обучающийся должен в целом дать ответы на вопросы, предложенные в билете, ориентироваться в системе дисциплины «Методы психосоциальной коррекции личности», знать основные категории предмета. Оценка «удовлетворительно» предполагает, что материал в основном изложен грамотным языком; оценка «неудовлетворительно» предполагает, что обучающимся либо не дан ответ на вопрос билета, либо обучающийся не знает основных категорий, не может определить предмет дисциплины.
----	---------------------------------------	---	--

2.	Тестирование ПК-3.1, ПК-3.2	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	« отлично » - процент правильных ответов = > 90%; « хорошо » - процент правильных ответов = > 70%; « удовлетворительно » - процент правильных ответов = > 50%; « неудовлетворительно » - процент правильных ответов < 50%.
----	--	---	---

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде **экзамена** в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на зачёте определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической

	картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает: • соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; • валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить); • дифференциацию контрольно-измерительных материалов. Формы контроля самостоятельной работы: • просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; • организация самопроверки, • взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии; • проведение письменного опроса; • проведение устного опроса; • организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой; • защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.
Коллоквиум	Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках

	поставленной цели решаются следующие задачи: • выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала; • развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей; • расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся; • развитие навыков обобщения различных литературных источников; • предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу. В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление: • качества лекционного материала; • сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций; • сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий; • об уровне самостоятельной работы учащихся; • об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения; • степени эрудированности учащихся; • степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися. В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление: • об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы; • недостатках самостоятельной проработки материала; • своем умении излагать материал; • своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения. В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.
Тестирование	Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме: • компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности; • письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.

	Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена по дисциплине - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать экзамен. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа: • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачёту и экзамену по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) экзамена. Для успешной сдачи экзамена по дисциплине обучающиеся должны принимать во внимание, что: • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на экзамене; готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине: «Электронный бизнес»

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)
Data Science

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Москва
2025 год набора

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

1. d
2. d
3. b
4. b
5. a
6. c
7. c
8. c
9. d
10. b
11. b
12. b
13. b
14. b
15. b
16. b
17. b
18. b
19. b
20. b
21. b
22. b
23. b
24. b
25. b
26. b
27. b
28. b
29. b
30. b
31. b
32. b
33. b
34. b
35. b
36. b
37. b
38. b
39. b
40. b

КЕЙСЫ

Кейс 1: Выбор платформы для онлайн-магазина

Ситуация: Компания планирует открыть онлайн-магазин. Какие факторы необходимо учитывать при выборе платформы для его создания?

Ответ: Необходимо учитывать: бюджет, функциональность (возможность управления каталогом, обработки заказов, интеграции с платежными системами и службами доставки), масштабируемость (возможность увеличения количества товаров и заказов), удобство использования, дизайн, SEO-оптимизацию, интеграцию с другими системами (CRM, ERP), стоимость обслуживания и технической поддержки. Также важно оценить надежность и безопасность платформы.

Кейс 2: Разработка стратегии e-marketing

Ситуация: Компания запускает новый продукт и хочет привлечь максимальное количество клиентов через Интернет. Как разработать эффективную стратегию e-marketing?

Ответ: Стратегия должна включать: анализ целевой аудитории, выбор каналов продвижения (SEO, SEM, SMM, e-mail маркетинг, контент-маркетинг, реклама в социальных сетях), разработку уникального торгового предложения (УТП), создание качественного контента, мониторинг результатов и коррекцию стратегии в зависимости от полученных данных. Важно также учитывать бюджет и сроки.

Кейс 3: Управление онлайн-репутацией

Ситуация: Компания столкнулась с негативными отзывами о своих товарах или услугах в Интернете. Как управлять онлайн-репутацией?

Ответ: Необходимо мониторить отзывы в Интернете, реагировать на негативные отзывы оперативно и конструктивно, создавать положительный контент о компании и своих продуктах, участвовать в дискуссиях и отвечать на вопросы клиентов, сотрудничать с лидерами мнений и блоггерами. Важно также анализировать отзывы и вносить необходимые изменения в работу компании.

Кейс 4: Выбор платежной системы

Ситуация: Онлайн-магазин нуждается в безопасной и надежной платежной системе. Какие факторы следует учитывать при выборе?

Ответ: Необходимо учитывать: безопасность (защита от мошенничества), стоимость транзакций, наличие различных способов оплаты (банковские карты, электронные деньги), удобство использования, интеграцию с другими системами, надежность и репутацию платежной системы, поддержку различных валют.

Кейс 5: Логистика в e-commerce

Ситуация: Онлайн-магазин сталкивается с задержками доставки товаров клиентам. Как оптимизировать логистику?

Ответ: Необходимо оптимизировать склады, выбрать надежных партнеров по доставке, использовать системы слежения за посылками, создать эффективную систему обработки заказов, повышать информированность клиентов о статусе их заказов, автоматизировать логистические процессы, анализировать данные о доставке и вносить необходимые изменения.

Кейс 6: Персонализация маркетинговых кампаний

Ситуация: Компания хочет повысить эффективность маркетинговых кампаний путем персонализации. Как это сделать?

Ответ: Необходимо собирать данные о клиентах (история покупок, демографические данные, поведенческие факторы), использовать эти данные для создания персонализированных предложений, использовать системы таргетированной рекламы, персонализировать e-mail рассылки и сообщения в социальных сетях.

Кейс 7: Анализ данных в электронном бизнесе

Ситуация: Компания хочет лучше понимать поведение своих клиентов и оптимизировать свою работу. Как использовать аналитику данных?

Ответ: Необходимо собирать и анализировать данные о поведении клиентов на сайте, истории покупок, истории взаимодействия с компанией. Анализ данных позволит оптимизировать маркетинговые кампании, повысить конверсию, улучшить клиентский сервис, а также принять более обоснованные управленческие решения. Можно использовать специализированные инструменты веб-аналитики и CRM-системы.

Кейс 8: Защита от мошенничества

Ситуация: Онлайн-магазин сталкивается с проблемой мошеннических платежей. Какие меры можно принять для защиты от мошенничества?

Ответ: Необходимо использовать безопасные платежные системы, проверять данные клиентов на соответствие, использовать технологии обнаружения мошенничества (например, верификация по IP-адресу, проверка истории покупок), обучать сотрудников способам выявления мошенничества, регулярно обновлять программное обеспечение и системы безопасности. Важно также создать четкую политику возврата товаров и обработки жалоб клиентов.