

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждены решением
Ученого совета ДГУНХ
протокол № 9
от 21 марта 2026 г.*

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТОРГОВЫЕ УСЛУГИ В ЦИФРОВОЙ
СРЕДЕ»**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 ТОРГОВОЕ
ДЕЛО,
ПРОФИЛЬ «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ
И ЛОГИСТИКЕ»**

**УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
БАКАЛАВРИАТ**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

Махачкала – 2026

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель - Атаева Таибат Амирахмедовна, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент - Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внешний рецензент - Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества СКФО

Представитель работодателя - Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан»

Оценочные материалы по дисциплине «Торговые услуги в цифровой среде» разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 18 августа 2020 г. №963, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 6 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Оценочные материалы по дисциплине «Торговые услуги в цифровой среде» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Атаева Т.А. Оценочные материалы по дисциплине «Торговые услуги в цифровой среде» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике» – Махачкала: ДГУНХ, 2026. – 31 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2026 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике», Атаевой А.У.

Одобрены на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 24 февраля 2026 г., протокол № 6.

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение оценочных материалов	4
Раздел 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины.....	5
1.1 Перечень формируемых компетенций	5
1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств	5
Раздел 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине	12
Раздел 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	22
Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.....	26

Назначение оценочных материалов

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Торговые услуги в цифровой среде» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике».

Оценочные материалы по дисциплине «Торговые услуги в цифровой среде» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
 - содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
 - объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

Раздел 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-5	Способен использовать цифровые средства коммуникации для осуществления торгово-закупочной деятельности (в т.ч. в электронной среде)

1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенции	Критерии оценивания сформированности компетенции	Виды оценочных средств
ПК-5: Способен использовать цифровые средства коммуникации для осуществления торгово-закупочной деятельности (в т.ч. в электронной среде)	ИПК-5.1: Формирует информационные и иные ресурсы торговых организаций (в том числе в электронной среде)	Знать: - информационные ресурсы торговых организаций.	Пороговый уровень	обучающийся слабо знает информационные ресурсы торговых организаций	Блок А – задания репродуктивного уровня - тестовые задания
			Базовый уровень	обучающийся знает с незначительными ошибками информационные ресурсы торговых организаций	
			Продвинутый уровень	обучающийся знает в полном объеме	

				информационные ресурсы торговых организаций	
		Уметь: - формировать клиентские базы данных.	Пороговый уровень	обучающийся слабо умеет формировать клиентские базы данных	Блок В – задания реконструктивного уровня - задачи - ситуационные задачи
			Базовый уровень	обучающийся умеет с незначительными ошибками формировать клиентские базы данных	
			Продвинутый уровень	обучающийся знает в полном объеме формировать клиентские базы данных	
		Владеть: - навыками работы с информационными ресурсами	Пороговый уровень	обучающийся слабо владеет навыками работы с информационными ресурсами	Блок С – задания практико-ориентированного уровня - кейсы - деловые игры
			Базовый уровень	обучающийся владеет с незначительными ошибками навыками работы с информационными ресурсами	
			Продвинутый уровень	обучающийся владеет в	

				полном объеме навыками работы с информационными ресурсами	
	ИПК-5.2: Применяет технические средства сбора, обработки и хранения текстовой и иной информации, стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	<u>Знать:</u> - методы сбора и обработки информации.	Пороговый уровень	обучающийся слабо знает методы сбора и обработки информации	Блок А – задания репродуктивного уровня - тестовые задания
			Базовый уровень	обучающийся знает с незначительными ошибками методы сбора и обработки информации	
			Продвинутой уровень	обучающийся знает в полном объеме методы сбора и обработки информации	
		<u>Уметь:</u> - использовать стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	Пороговый уровень	обучающийся слабо умеет использовать стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	Блок В – задания реконструктивного уровня - задачи - ситуационные задачи
			Базовый уровень	обучающийся умеет с	

		информацией.		незначительными ошибками использовать стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	
			Продвинутый уровень	обучающийся знает в полном объеме использовать стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	
		<u>Владеть:</u> - навыками продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией.	Пороговый уровень	обучающийся слабо владеет навыками продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией	Блок С – задания практико-ориентированного уровня - кейсы - деловые игры
			Базовый уровень	обучающийся владеет с незначительными ошибками навыками продажи,	

				передачи или обмена продуктами, услугами и информацие й	
			Продвинуты й уровень	обучающий ся владеет в полном объеме навыками продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацие й	
	ИПК-5.3: Компонуется, преобразовывает и формирует структуру данных, составляет отчетную документацию (в т.ч. для размещения в электронной среде)	<u>Знать:</u> - методы компоновки данных и составления отчетной документации в электронной среде	Пороговый уровень	обучающий ся слабо знает методы компоновки данных и составления отчетной документации в электронной среде	Блок А –задания репродуктивного уровня - тестовые задания
			Базовый уровень	обучающий ся знает с незначительными ошибками методы компоновки данных и составления отчетной документации в электронной среде	
			Продвинуты й уровень	обучающий ся знает в полном объеме методы компоновки данных и составления отчетной	

				документац ии в электронно й среде	
		<u>Уметь:</u> - преобразо вывать и формиров ать структуру данных.	Пороговый уровень	обучающий ся слабо умеет преобразов ывать и формироват ь структуру данных	Блок В – задания реконструктивно го уровня - задачи - ситуационные задачи
			Базовый уровень	обучающий ся умеет с незначитель ными ошибками преобразов ывать и формироват ь структуру данных	
			Продвинуты й уровень	обучающий ся знает в полном объеме преобразов ывать и формироват ь структуру данных	
		<u>Владеть:</u> - навыками составлен ия отчетной документ ации для размещен ия в электронн ой среде.	Пороговый уровень	обучающий ся слабо владеет навыками составления отчетной документац ии для размещения в электронно й среде	Блок С – задания практико- ориентированног о уровня - кейсы - деловые игры
			Базовый уровень	обучающий ся владеет с незначитель ными ошибками навыками составления отчетной документац ии для	

				размещения в электронно й среде	
			Продвинуты й уровень	обучающий ся владеет в полном объеме навыками составления отчетной документац ии для размещения в электронно й среде	

Раздел 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине

Для проверки сформированности компетенции

ПК-5: Способен использовать цифровые средства коммуникации для осуществления торгово-закупочной деятельности (в т.ч. в электронной среде) (ИПК-5.1: Формирует информационные и иные ресурсы торговых организаций (в том числе в электронной среде); ИПК-5.2: Применяет технические средства сбора, обработки и хранения текстовой и иной информации, стандарты распространенных форматов в процессах покупки, продажи, передачи или обмена продуктами, услугами и информацией; ИПК-5.3: Компонует, преобразовывает и формирует структуру данных, составляет отчетную документацию (в т.ч. для размещения в электронной среде))

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

Тесты типа А.

1. Почему бизнес в Интернете является более выгодным для компаний:

- а) компаниям не нужно арендовать помещение — экономия затрат
- б) люди намного чаще используют Интернет для покупок
- в) интернет позволяет не платить налоги

2. Спам:

- а) незаконная реклама
- б) незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте
- в) самая эффективная реклама

3. Что такое код защиты:

- а) число покупателей в интернет-магазине
- б) пароль для входа в интернет-магазин
- в) число, которое должен ввести покупатель, для совершения покупки в интернет-магазине

4. Хостинг-это услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно имеющем доступ к сети, так ли это:

- а) да
- б) нет
- в) отчасти

5. Что такое интернет-магазин:

- а) поисковая система
- б) название интернет-компании
- в) специальный сайт для продажи товаров и услуг

6. Каким способом в большинстве случаев нельзя осуществить оплату через интернет-магазин:

- а) наличными при получении

б) почтовым переводом

в) биткоинами

7. Какое программное обеспечение может быть использовано для управления интернет-магазином:

а) Microsoft Excel

б) Apache

в) 1С-Бирикс

8. Какого способа доставки не существует при заказе в интернет-магазине:

а) курьерская доставка

б) почтовая доставка

в) отложенная доставка

9. Что такое виртуальная доска объявлений:

а) вариант электронной торговли

б) форма хостинга

в) оба варианта верны

10. Что такое баннер:

а) рекламный заголовок

б) оба варианта верны

в) небольшая прямоугольная картинка, на которой размещена реклама продукта

г) нет верного ответа

Тесты типа В.

1. В чем отличие цифровой инфраструктуры от общих условий производства:

а) изменение круга инфраструктурных объектов

б) обширный комплекс целевых программ

в) рост производительности труда

2. Целью автоматизации финансовой деятельности является:

а) снижение затрат

б) устранение рутинных операций и автоматизированная подготовка финансовых документов

в) повышение квалификации персонала

3. В каком федеральном проекте в качестве центра компетенции выступает Сбербанк России:

а) нейротехнологии и искусственный интеллект

б) цифровые криптовалюты

в) информационная безопасность

4. Что относится к недостаткам материальных вещей в экономике:

а) физический вес

б) перераспределение товаров по сети Интернет

в) электронное хранение

5. Цифровая инфраструктура приводит к сокращению следующего фактора:

а) производительности труда

- б) производственных и транзакционных издержек
- в) количества рабочих мест

6. Кто является вторичным выгодополучателем от цифровой экономики:

- а) правительство
- б) бизнес
- в) население

7. На что в текущем модуле упирается характеристика цифровой инфраструктуры:

- а) на классическую теорию А. Смита
- б) на работу «Капитал» К. Маркса
- в) на оцифрованную систему

8. Что не относится к объектам цифровой инфраструктуры:

- а) радиоприемник
- б) IP-телефон
- в) SIP-DECT-телефон

9. Совокупность информационных ресурсов, созданных субъектами информационной сферы, средств взаимодействия таких субъектов, их информационных систем и необходимой информационной инфраструктуры:

- а) информационное поле деятельности
- б) информационное пространство
- в) информационное общество

10. На что не влияет цифровая инфраструктура:

- а) способы ведения бизнеса
- б) запасы невозобновляемых ресурсов
- в) распределение новых возможностей

Тесты типа С.

1. Именованный «раздел», отведённый для конкретного пользователя на почтовом сервере, принимающем и обрабатывающем поступающую почту называется _____.
2. Передать письмо в почтовый ящик может любой пользователь сети, если он знает _____.
3. Проект, создаваемый множеством пользователей компьютерной сети в режиме _____ дистанционного _____ взаимодействия, _____ называется _____.
4. _____ Серверы _____ распространяющие _____ файлы _____ называются _____.
5. Телеконференция в режиме реального времени называется _____.
6. Типы посредников в каналах распределения, действующих от своего имени и за свой счет – это _____.
7. Методы стимулирования продажи товаров, применяемые в магазине – это _____.

8. Стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеется торговый зал или торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения _____.

9. Сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет _____.

10. Результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров – это _____.

Блок В. Задания реконструктивного уровня («уметь»)

В1. Задачи

Задача 1. Создайте письмо-оповещение и электронную газету с информацией о своей продукции и разошлите данные письма по базе данных (база данных составляется из e-mail адресов группы слушателей). Для рассылки используйте вновь созданную электронную почту и один из изученных ранее сервисов (SubscribePro, Unisender, SmartResponder, ConstantContact, MadMimi).

Задача 2. Придумайте несколько интересных и актуальных с вашей точки зрения бизнес-идей (3 и более), выберите из них наиболее жизнеспособную и сформулируйте ее, используя приведенные ниже рекомендации.

Рекомендации по выбору наиболее перспективной для воплощения бизнес-идеи.

Ключевые аспекты для выбора бизнес-идеи:

- время, необходимое для разработки и реализации бизнес-идеи;
- технико-экономическое обоснование проекта по реализации бизнес-идеи;
- пригодность идеи к обстоятельствам предпринимателя.

Для осуществления выбора наиболее жизнеспособной из сформулированных бизнес-идей необходимо ответить на следующие вопросы:

- почему это хорошая идея?
- каковы предположения?
- какой тип клиентов будет покупать его?
- почему?
- перечислите четыре причины, по которым данная идея НЕ БУДЕТ работать.
- перечислите четыре причины, по которым это БУДЕТ работать.
- каковы различия?

Как показывает практика, для выбора наиболее перспективной идеи бизнеса интуиции бывает недостаточно, поэтому необходимо как можно более тщательно исследовать рынок, определив при этом его емкость, состояние и тренды, возможности получения прибыли, а также сделав анализ

конкурентной среды.

Задача 3. Сравнительная характеристика нескольких интернет-магазинов со схожими направлениями работы.

Составьте список из трех магазинов-конкурентов. Проведите анализ работы интернет-магазинов. Всю полученную информацию необходимо представлять в виде таблицы.

Каждый из показателей рекомендуется оценивать по 10-балльной шкале. В зависимости от специфики ниши рынка можно добавлять в таблицу и другие пункты для оценки конкуренции.

В результате анализа конкурентов необходимо сделать вывод об уровне их «опасности» для анализируемого интернет-магазина, отметить преимущества и недостатки, конкурентную позицию на рынке.

В2. Ситуационные задачи

Ситуация 1.

1. Исследовать сервис, обеспечивающий безопасность платежей в Интернет (Assist, ChronoPay, Payment, Robokassa и т.п.).

2. Ответить на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;
- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;

3. Сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.

4. Результаты исследования оформить в виде презентации, в которой обязательно представить ссылки на источники информационных данных.

5. Презентацию представить на занятии.

Блок С. Задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1. Кейсы

Кейс «Платить за клик или потребителя?»

Cost Per Action (англ. цена за действие) — модель оплаты интернет-рекламы, при которой оплачиваются только определенные действия пользователей на сайте рекламодателя. CPA-модель является одним из самых экономически эффективных вариантов оплаты рекламы, поскольку рекламодатель платит не за показы или клики, эффективность которых крайне сложно измерить, а за конкретных потребителей, подтвердивших интерес к продукту целевыми действиями.

В рамках подготовки к семинару вам необходимо выбрать один максимально эффективный для них вариант интернет-продвижения и разработать рекламную кампанию по выводу на рынок нового товара с акцентом на онлайн-рекламу, но также с поддержкой официальных offline-технологий.

Концепция должна включать непосредственно рекламу (текст + графическое сопровождение (при необходимости), площадку проведения рекламной кампании, сроки проведения, расчет затрат и предполагаемый экономический эффект от кампании).

С 2. Деловая игра

Операционная игра по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы»

1. Тема (проблема) «Использование и анализ торговых Интернет-систем»

2. Концепция игры

Занятие проводится в компьютерном классе.

Студенты делятся на малые группы по 2-3 человека.

Каждая группа должна выбрать одно из направлений торговой деятельности и самостоятельно найти в сети интернет торговую систему, осуществляющую этот вид деятельности (продающую указанные товары или оказывающую данные услуги).

Группы должны симитировать действия посетителя при совершении покупки в интернет-магазине и по результатам своих действий подготовить отчет-презентацию.

В конце занятия каждая группа представляет свой отчет и делится выводами о процедуре

совершения покупки.

Подводится итог занятия путем составления общей таблицы оценки интернет магазинов

по указанным в задании критериям.

Студентам предлагается в процессе дискуссии:

- расположить критерии оценки магазинов по убыванию их важности для покупателя;

- расположить электронные магазины по степени удовлетворения критериям.

По результатам составления итоговой таблицы выбирается «лучший» и «худший» магазин.

Зачет выставляется участникам игры, которые подробно проанализировали процесс совершения покупки в магазине и представили полный, качественно оформленный отчет-презентацию.

Дополнительными баллами поощряется оригинальность презентации, активное участие в

процессе составления итоговой таблицы.

3. Роли:

- покупатель;

4. Ожидаемые результаты

Студенты должны научиться совершать покупки в торговых системах, уметь анализировать достоинства и недостатки в построении торговых Интернет-систем

Блок Д. Задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1. Перечень вопросов к экзамену

1. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России.
2. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли.
3. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли.
4. Классификация электронных транзакций.
5. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли
6. Модель B2C в цифровой торговле.
7. Модели B2B в цифровой торговле.
8. Модели G2B, G2C, G2G в цифровой торговле.
9. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле.
10. Классификация моделей цифровой торговли.
11. Развитие розничной цифровой торговли в России.
12. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле.
13. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле.
14. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле.
15. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике.
16. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития.
17. Понятие маркетплейса.
18. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга.
19. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли.
20. Понятие прайс-менеджмента.
21. Экономика и психология цены.
22. Направления оптимизации цен.
23. Наполнение сайта релевантными материалами.
24. Составление контент-плана и графика публикаций.
25. Процесс обработки поступивших заказов.
26. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы.
27. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.
28. Организация оплаты товаров в цифровой торговле.
29. Организация доставки товаров в цифровой торговле.
30. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса.
31. Основные технологические схемы перемещения товаров.

32. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли.
33. Фулфилмент, дропшиптинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы.
18
34. Схема работы фулфилмент-компаний.
35. Использование технологии дропшиппинга предприятиями цифровой торговли.
36. Управление складскими запасами.
37. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению.
38. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».
39. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.
40. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле.
41. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли.
42. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле.
43. Технологическая эффективность цифровой торговли.
44. Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы.
45. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле.
46. Реклама в цифровой торговле.
47. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей.
48. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли.
49. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг.
50. Омниканальный маркетинг.
51. Поисковая оптимизация (SEO).
52. Юзабилити.
53. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки.
54. Основы правового регулирования цифровой торговли.
55. Основы правового регулирования дистанционной торговли.
56. Специфика налогообложения в цифровой торговле.
57. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне.
58. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли.
59. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике.
60. Криптовалюта как объект гражданского права.
61. Организация защиты прав потребителей.
62. Права и обязанности участников цифровой торговли.
63. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.

64. Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле.
65. Риски в цифровой торговле.
66. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения.
67. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли.
68. Способы защиты информации.
69. Международные требования к защите информационных сетей

Д2. Кейсы

Кейс 1. «Угадай-ка»

Постарайтесь угадать, о чем лгут и что скрывают пользователи социальных сетей, вставив характеристики, расположенные справа, в представленные графики

О чем лгут пользователи?



О чем молчат пользователи?



Кейс 2. «Заходите, будем рады»

В магазине «007» компании «Седьмой континент» самая дорогая разовая покупка стоила \$80 000 – на такую сумму один из клиентов магазина заказал индивидуальный пошив одежды – пальто, костюмов, рубашек – в Италии на фирме Kiton. «Этот человек очень тщательно подходит к формированию своего гардероба, – говорит Олег Евтеев, менеджер по закупкам компании «Седьмой континент». – Когда пришла эта партия, он попросил на миллиметр сдвинуть пуговицу на рукаве».

В другом московском бутике самая большая разовая покупка в этом году составила

\$35 000. «Покупательница не попросила даже 5%-ной скидки, – рассказывает продавец. – Она просто пришла, посмотрела на вещи и сказала: «Мне нравится вот это, это и это. Сколько стоит? «И начала выкладывать наличные горками».

А вот владелец компании «Ферейн» Владимир Брынцалов оказался более меркантильным покупателем. «Он пришел к нам в магазин, выбрал понравившиеся ему вещи, – рассказывает Евтеев. – Кассир протянула ему чек, Брынцалов взглянул на него, зачеркнул указанную там сумму, поставил свою – естественно, меньшую. Сказал: «Вот за такую сумму я готов купить». Ему пошли навстречу».

Вопросы к кейсу:

1. Охарактеризуйте маркетинговую среду рынка модной одежды.
2. Назовите факторы, определяющие тенденции на рынке модной одежды.
3. Какие факторы макросреды оказывают положительное, а какие – отрицательное влияние на деятельность компаний, торгующих модной одеждой?
4. Чем отличается российский рынок модной одежды от европейского и американского?
5. Какую концепцию маркетинга используют российские бутики?

Раздел 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся очной формы обучения.

Итоговая оценка сформированности компетенций обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенций по дисциплине складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенций в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенций обучающихся на экзамене (максимум – 30 баллов) или на зачете (максимум – 20 баллов)

Для студентов очно-заочной и заочной форм обучения применяются 4-балльная и бинарная шкалы оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

уровни освоения компетенций	продвину тый уровень	базовый уровень	пороговый уровень	допороговый уровень
100 – балльная шкала	85 и $\geq$	70 – 84	51 – 69	0 – 50
4 – балльная шкала	«отлично»	«хорошо»	«удовлетвор ительно»	«неудовлетвор ительно»

Шкала оценок при текущем контроле успеваемости по различным показателям

Показатели оценивания сформированности компетенций	Баллы	Оценка
Выполнение практических заданий	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Решение ситуационных задач	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

Тестирование	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
--------------	------	---

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по
текущему контролю успеваемости**

Баллы	Оценка	Уровень освоения компетенций	Критерии оценивания
0-50	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины
51-69	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Не менее 50% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены без существенных ошибок
70-84	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающимся выполнено не менее 75% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, или при выполнении всех заданий допущены незначительные ошибки; обучающийся показал владение навыками систематизации материала и применения его при решении практических заданий; задания выполнены без ошибок
85-100	«отлично»	Продвинутый уровень	100% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены самостоятельно и в требуемом объеме; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и применять его при решении практических заданий; задания выполнены с подробными пояснениями и аргументированными выводами

Шкала оценок по промежуточной аттестации

Наименование промежуточной аттестации	Баллы	Оценка
Экзамен	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций
по промежуточной аттестации обучающихся**

Баллы	Оценка	Уровень освоения компетенций	Критерии оценивания
0-9	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; обучающийся не смог ответить на вопросы
10-16	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Обучающийся дал неполные ответы на вопросы, с недостаточной аргументацией, практические задания выполнены не полностью, компетенции, осваиваемые в процессе изучения дисциплины сформированы не в полном объеме.
17-23	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающийся в целом приобрел знания и умения в рамках осваиваемых в процессе обучения по дисциплине компетенций; обучающийся ответил на все вопросы, точно дал определения и понятия, но затрудняется подтвердить теоретические положения практическими примерами; обучающийся показал хорошие знания по предмету, владение навыками систематизации материала и полностью выполнил практические задания
25-30	«отлично»	Продвинутый уровень	Обучающийся приобрел знания, умения и навыки в полном

			объеме, закреплённом рабочей программой дисциплины; терминологический аппарат использован правильно; ответы полные, обстоятельные, аргументированные, подтверждены конкретными примерами; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и выполняет практические задания с подробными пояснениями и аргументированными выводами
--	--	--	--

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций

Тестовые задания. Тестовая форма -позволяет охватить большое количество критериев оценки и допускает компьютерную обработку данных. Как правило, предлагаемые тесты оценки компетенций делятся на психологические, квалификационные (в учебном процессе эту роль частично выполняет педагогический тест) и физиологические.

Современный тест, разработанный в соответствии со всеми требованиями компетентностного подхода, может включать задания различных типов.

В обычной практике применения тестов для упрощения процедуры оценивания как правило используется простая схема:

–отметка «удовлетворительно», если правильно выполнено 50 –70% тестовых заданий;

–«хорошо», если правильно выполнено 70 –85 % тестовых заданий;

–«отлично», если правильно выполнено 85 –100 % тестовых заданий.

Решение заданий в тестовой форме проводится в течение изучения дисциплины. Преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные акты и теоретические источники для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.

Тестирование проводится в письменной форме. На тестирование отводится 15-20 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос дается 0,5 баллов.

Перевод баллов в оценку. Согласно технологической карте на выполнение теста выделяется 10 баллов. Таким образом, 10 баллов/ 20 вопросов = 0,5 баллов

Методика оценивания выполнения тестов

Балльная шкала	Показатели	Критерии
8-10 баллов	1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность	Выполнено 85 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
6-7 баллов	ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования.	Выполнено 70 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в

		определении понятий, терминов и др.
3-5 баллов		Выполнено 50 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
0-2 балла		Выполнено 20 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).

Кейсы. Кейс-задача по имитации производственной ситуации - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для разрешения данной проблемы путем решения нескольких задач. Позволяет оценивать уровень усвоения знаний, умений и готовность к трудовым действиям со способностью решать нетипичные профессиональные задачи.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов.

Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Критериями оценки выполненного кейс-задания являются:

1. Научно-теоретический уровень выполнения кейс-задания и выступления.
2. Полнота решения кейса.
3. Степень творчества и самостоятельности в подходе к анализу кейса и его решению. Доказательность и убедительность.
4. Форма изложения материала (свободная; своими словами; грамотность устной или письменной речи) и качество презентации.
5. Культура речи, жестов, мимики при устной презентации.
6. Полнота и всесторонность выводов.
7. Наличие собственных взглядов на проблему.

Оценка за кейс-задание выставляется по балльной шкале, принятой в образовательной организации.

Методика оценивания решения кейсов

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
8-10 баллов	«отлично»	1. Полнота решения задач; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Ясно описан способ решения. Продемонстрированы умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количество решений, умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации, навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения.
6-7 баллов	«хорошо»		Основные требования к решению задач выполнены, но при этом допущены недочеты. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена ошибка в изложении правовой позиции. При объяснении сложного юридического явления указаны не

			все факторы.
3-5 баллов	«удовлетворительно»		Имеются существенные отступления от решения задач. В частности, отсутствуют навыки и умения моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат.
0-2 балла	«неудовлетворительно»		Решение не выполнено, обнаруживается непонимание поставленной проблемы.

Ситуационные задачи. Решение ситуационных задач осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по решению практической ситуационной задачи.

Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Эффективным интерактивным способом решения задач является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременным разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения задач анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность применения норм семейного права, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки правоприменительного материала.

Методика оценивания решения ситуационных задач

Балльная шкала	Показатели	Критерии
8-10 баллов	1. Полнота ответа на вопросы и задания кейса; 2. Последовательность и рациональность	Кейс решен самостоятельно, правильно, приведена подробная аргументация своего решения, показано хорошее знание теоретических аспектов решения кейса

6-7 баллов	выполнения кейса; 3. Самостоятельность решения.	Кейс решен самостоятельно, правильно, приведена достаточная аргументация своего решения, показано определенное знание теоретических аспектов решения кейса
3-5 баллов		Кейс решен самостоятельно, частично правильно, приведена недостаточная аргументация своего решения, не прослеживается знание теоретических аспектов решения кейсов
0-2 балла		Задание не решено.

Задачи. Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных методов и законов изучаемой теории при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученных знаний. Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Шкала оценивания:

«отлично» - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на изученный материал;

«хорошо» - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения;

«удовлетворительно» - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками при неполном использовании понятийного аппарата дисциплины;

«неудовлетворительно» - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

На решение типовых задач отводится 10 минут.

Методика оценивания решения задач

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
8-10 баллов	«отлично»	4. Полнота решения задач; 5. Своевременность выполнения; 6. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Ясно описан способ решения. Продемонстрированы умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количество решений, умение

		работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации, навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения.
6-7 баллов	«хорошо»	Основные требования к решению задач выполнены, но при этом допущены недочеты. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена ошибка в изложении правовой позиции. При объяснении сложного юридического явления указаны не все факторы.
3-5 баллов	«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от решения задач. В частности, отсутствуют навыки и умения моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат.
0-2 балла	«неудовлетворительно»	Решение не выполнено, обнаруживается непонимание поставленной проблемы.