

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Анализ эффективности работы интернет-магазина

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки / специальность

38.04.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы

Маркетинг в цифровой экономике

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Анализ эффективности работы интернет-магазина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>ИД-1: Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения</p> <p>ИД-2: Представляет образ результата деятельности и планирует последовательность шагов для достижения данного результата</p> <p>ИД-3: Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения</p> <p>ИД-4: Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами</p> <p>ИД-5: Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических</p>	<p>ИД-1:</p> <p>З1 Знать современные достижения в области управления работой интернет-магазина</p> <p>У1 Уметь осуществлять хранение, поиск, обработку информации о потребителях, поставщиках и партнерах с использованием компьютерных технологий</p> <p>В1 Владеть навыками использования CRM систем для анализа информации о клиентах и партнерах</p> <p>ИД-2:</p> <p>З1 Знать основные методы работы с интернет магазином</p> <p>У1 Уметь применять основные методы работы с интернет магазином относительно отдельной отрасли и сферы применения</p> <p>В1 Владеть навыками использования CRM систем для анализа информации о партнерских программах</p> <p>ИД-3:</p> <p>З1 Знать основные виды планов работы интернет-магазина</p> <p>У1 Уметь составлять план работы интернет магазина</p>	Реферат Задания	Зачёт: Задания

	<p>семинарах и конференциях</p> <p>ИД-6: Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение)</p>	<p>В1 Владеть инструментами корректировки планов работы интернет-магазина</p> <p>ИД-4:</p> <p>З1 Знать основные инструменты анализа контрагентов работы интернет-магазина</p> <p>У1 Уметь осуществлять хранение, поиск, обработку информации о потребителях, поставщиках и партнерах с использованием компьютерных технологий</p> <p>В1 Владеть навыками использования CRM систем для анализа информации о клиентах и партнерах</p> <p>ИД-5:</p> <p>З1 Знать современные методы презентации и маркетинговой деятельности интернет магазина</p> <p>У1 Уметь выявлять основное преимущество работы интернет магазина для потребителей и государства</p> <p>В1 Владеть навыками использования CRM систем для анализа информации о клиентах и партнерах</p> <p>ИД-6:</p> <p>З1 Знать основные этапы реализации проекта по открытию интернет-магазина</p> <p>У1 Уметь составлять проект реализации открытия интернет магазина</p> <p>В1 Владеть навыками использования программного обеспечения для открытия интернет-магазина</p>		
<p>ПК-2: Способен к аналитическому обеспечению разработки стратегии изменений</p>	<p>ИД-1: Способен определить направления развития организации</p> <p>ИД-2: Способен разрабатывать стратегии</p>	<p>ИД-1:</p> <p>З1 Знать показатели и методы оценки работы интернет магазина</p> <p>У1 Уметь принимать</p>	<p>Реферат</p> <p>Задания</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Задания</p>

организации	управления изменений в организации ИД-3: Способен анализировать предпосылки обеспечения эффективности стратегии изменений организации	стратегические решения о развитии интернет-магазина В1 Владеть навыками поиска новых технологий для повышения эффективности работы интернет-магазина ИД-2: З1 Знать основные стратегии развития интернет магазина У1 Уметь применять разные модели управления для работы интернет магазина В1 Владеть навыками корректировки стратегии развития интернет магазина ИД-3: З1 Знать основные методы оценки стратегии развития интернет магазина У1 Уметь оценивать стратегию работы интернет магазина по основным показателям эффективности В1 Владеть навыками корректировки стратегии развития интернет магазина		
-------------	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24
- КСР	1
самостоятельная работа	41
Промежуточная аттестация	0
	Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/ лабора- торные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Принципы работы интернет магазина	25	2	8	10	15
Интернет маркетинг в работе интернет магазина	20	2	8	10	10
Информационные технологии интернет-магазина	26	2	8	10	16
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	6	24	31	41

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Принципы работы интернет-магазина

Сущность понятия интернет-магазин. Классификация интернет-магазинов. Принципы работы интернет-магазинов. Показатели деятельности. Информационное обеспечение интернет-магазина.

Тема 2. Интернет-маркетинг в работе интернет магазина

Сущность интернет-маркетинга. Анализ потребителей интернет-магазина. Партнерский маркетинг.

Цифровые продажи. Воронки и туннели продаж

Тема 3. Информационные технологии работы интернет-магазина

Программное обеспечение в работе интернет-магазина. CRM в работе интернет-магазина

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Анализ эффективности работы интернет магазина, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10049>.

Иные учебно-методические материалы:

Тема 1. Принципы работы интернет-магазина

Практическое занятие №1. Классификация интернет-магазинов.

Содержание занятия: определить основную разницу между работой интернет-магазинов

Форма проведения: семинар.

Практическое занятие №2. Достоинства и недостатки разных типов интернет-магазинов

Содержание занятия: определить положительные и отрицательные стороны применения разных

видов интернет-магазинов

Форма проведения: тренинг.

Практическое занятие №3. Отраслевая специфика интернет-магазинов

Содержание занятия: Привести примеры интернет-магазинов в разных отраслях разного вида.

За основу взять какую-то одну отрасль

Форма проведения: семинар.

Практическое занятие №4. Показатели эффективности интернет-магазина.

Содержание занятия: Рассчитать показатели эффективности интернет-магазина.

Форма проведения: семинар

Практическое занятие №5. Корректировка расчета показателей эффективности работы интернет-магазина.

Содержание занятия: Рассчитать показатели эффективности интернет-магазина и скорректировать за счет разных факторов влияния на эти показатели.

Форма проведения: тренинг

Тема 2. Интернет-маркетинг в работе интернет магазина

Практическое занятие №1. Инструменты интернет-маркетинга.

Содержание занятия: Проанализировать элементы фирменного стиля магазинов

Форма проведения: тренинг.

Практическое занятие 2. Аватар потребителя интернет-магазинов.

Содержание занятия: Составить аватар потребителя

Форма проведения: тренинг.

Практическое занятие 3. Узнаваемость интернет-магазина.

Содержание занятия: Определить степень узнаваемости по матрице.

Форма проведения: тренинг.

Практическое занятие 4. Лояльность интернет аудитории.

Содержание занятия: Определить тип лояльности потребителей интернет-магазина.

Форма проведения: тренинг.

Практическое занятие 5. Инструменты управления лояльностью.

Содержание занятия: Использование инструментов управления лояльностью интернет-магазина

Форма проведения: тренинг.

Тема 3. Информационные технологии работы интернет-магазина

Практическое занятие 1. Использование CRM. Выбор CRM

Содержание занятия: Критерии выбора CRM для компании.

Форма проведения: тренинг

Практическое занятие 2. Отраслевая специфика использования CRM.

Содержание занятия: Критерии выбора CRM для конкретной отрасли.

Форма проведения: тренинг

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции УК-2:

1. Организация интернет продаж
2. Этапы продаж интернет-магазина
3. Тенденции работы современных интернет-магазинов
4. Показатели эффективности работы интернет-магазина
5. Способы увеличения посещаемости интернет-магазина
6. Способы увеличения времени пребывания на странице интернет-магазина
7. Оценка каналов продвижения интернет-магазина
8. Сущность понятия конверсии

2. Алгоритм выполнения задания:

1. Определите тему реферата.
2. Определите источники.
3. Проведите работу с источниками, создайте текст реферата. Текст должен раскрывать тему, обладать цельностью и связностью.
4. Структурируйте текст (10-15 страниц), разделите его на главы, параграфы. Во введении обязательно формулируется цель и задачи реферата. В заключении в краткой и сжатой форме должны быть изложены результаты исследования.
5. Сформируйте список использованной литературы.
6. Отформатируйте текст. Параметры страницы - поля 3 см справа, 1,5 см слева, 2 см снизу и сверху. Шрифт – Times New Roman, 14, интервал 1,5, выравнивание По ширине. Все листы реферата должны быть пронумерованы.
7. Текстовый процессор Word 2007 имеет специальные средства для выполнения вычислений над числовыми данными, размещенными в ячейках таблицы.

3. Для этого нужно в соответствующих ячейках таблицы записать формулы для вычисления. Формула задается выражением, которое начинается со знака =. В этом выражении могут быть использованы числа, знаки арифметических действий, а также:

ссылки на диапазоны ячеек:

LEFT (англ. left – левый, слева) – ячейки, расположенные слева от ячейки с формулой;

RIGHT (англ. right – правый, справа) – ячейки, расположенные справа от ячейки с формулой;

ABOVE (англ. above – над, выше) – ячейки, расположенные выше ячейки с формулой;

BELOW (англ. below – ниже, внизу) – ячейки, расположенные ниже ячейки с формулой;

встроенные функции Word.

Для всех таблиц, содержащихся в реферате (задание 1), выполните необходимые вычисления средствами MS Word. При написании реферата примените возможности редактора формул Microsoft Equation, дополните документ сносками и графическими объектами.

1. Подготовьте презентацию.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

1. Примерные темы рефератов:

1. Программы лояльности и их использование.
2. Типы программ лояльности
3. Партнерский маркетинг
4. Управление возвратов в интернет-магазине

5. Способы увеличения среднего чека
6. Сущность понятия брошенная корзина
7. Исследование истории покупок
8. Сегментирование аудитории интернет-магазина
9. Индекс потребительской лояльности и его измерение в интернет-магазинах

2.

Алгоритм выполнения задания:

1. Определите тему реферата.
2. Определите источники.
3. Проведите работу с источниками, создайте текст реферата. Текст должен раскрывать тему, обладать цельностью и связностью.
4. Структурируйте текст (10-15 страниц), разделите его на главы, параграфы. Во введении обязательно формулируется цель и задачи реферата. В заключении в краткой и сжатой форме должны быть изложены результаты исследования.
5. Сформируйте список использованной литературы.
6. Отформатируйте текст. Параметры страницы - поля 3 см справа, 1,5 см слева, 2 см снизу и сверху. Шрифт – Times New Roman, 14, интервал 1,5, выравнивание По ширине. Все листы реферата должны быть пронумерованы.
7. Текстовый процессор Word 2007 имеет специальные средства для выполнения вычислений над числовыми данными, размещенными в ячейках таблицы.
8. Для этого нужно в соответствующих ячейках таблицы записать формулы для вычисления. Формула задается выражением, которое начинается со знака =. В этом выражении могут быть использованы числа, знаки арифметических действий, а также:

3. ссылки на диапазоны ячеек:

LEFT (англ. left – левый, слева) – ячейки, расположенные слева от ячейки с формулой;

RIGHT (англ. right – правый, справа) – ячейки, расположенные справа от ячейки с формулой;

ABOVE (англ. above – над, выше) – ячейки, расположенные выше ячейки с формулой;

BELOW (англ. below – ниже, внизу) – ячейки, расположенные ниже ячейки с формулой;

встроенные функции Word.

Для всех таблиц, содержащихся в реферате (задание 1), выполните необходимые вычисления средствами MS Word. При написании реферата примените возможности редактора формул Microsoft Equation, дополните документ сносками и графическими объектами.

1. Подготовьте презентацию.

Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Задание 2.

Цель работы: изучить методические основы применения CRM - систем в маркетинге и менеджменте.

Задачи работы: ознакомиться с особенностями применения CRM-систем в маркетинге и менеджменте, изучить основные показатели эффективности, составить перечень мероприятий, направленных на улучшение эффективности информационных ресурсов и систем, подготовить краткую аналитическую записку и сообщение на практическом занятии.

Задание:

- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;
- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы;
- проанализировать практику ее применения;
- составить перечень мероприятий по внедрению CRM-системы на предприятии;
- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);
- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;
- ответить на контрольные вопросы.

Задание 3

Выберите для изучения одну из компаний и изучите информацию о выбранной фирме. Составьте отчет по проведенному исследованию, включающий:

- концепцию интернет-маркетинга (цели, задачи, принципы, функции);
- целевой рынок (целевые сегменты потребителей);
- основные конкуренты фирмы в интернете;
- описание сайта;
- основные способы (методы) маркетинговых исследований, проводимых в интернете;
- характеристику товарной политики фирмы;
- политику ценообразования;
- основные методы, географию, стратегии сбыта в интернете;
- методы продвижения товаров (услуг).

Задание 4 . Анализ интернет-маркетинговой деятельности фирмы

Выберите для изучения одну из компаний и изучите информацию о выбранной фирме. Составьте отчет по проведенному исследованию, включающий:

- концепцию интернет-маркетинга (цели, задачи, принципы, функции);
- целевой рынок (целевые сегменты потребителей);
- основные конкуренты фирмы в интернете;
- описание сайта;
- основные способы (методы) маркетинговых исследований, проводимых в интернете;
- характеристику товарной политики фирмы;
- политику ценообразования;
- основные методы, географию, стратегии сбыта в интернете;
- методы продвижения товаров (услуг).

Кейс 1. Охарактеризуйте отрасль и предприятия (пример выполнения)

Сфера деятельности - обеспечение пищевой промышленности сырьем.

1. Оптовая продажа пищевых ингредиентов и сырья: крахмалы, глюкозный сироп, мальтодекстрин, фруктоза, глюкоза, сырный порошок.

2. Розничная торговля пищевыми ингредиентами и сырным порошком через маркетплейсы и через социальные сети.

Рынок стабильный.

Целевая аудитория

сегмент	Пищевая промышленность	HoReCa	Частные покупатели	Другие
1	Руководитель	Шеф-повара кафе и ресторанов и в т.ч. быстрого питания	Домохозяйки и люди любящие готовить дома	Производство гофрокартона
2	Технолог	Технологи кафе и ресторанов	Фуд-блогеры	Организаторы походов
3	Руководитель отдела снабжения и закупок	Производство для HoReCa		
4	Отдел развития	Доставка еды		

Основные прямые конкуренты

1. Дао Фуд
2. Корн продукт
3. Феруза Лайн

Ценовая позиция – средний, выше среднего.

Этот ассортимент конкурирует между собой только ценой, личными сложившимися взаимоотношениями и уровнем сервиса (оперативный ответ на заказ, быстрый просчет цены, быстрое заключение договора, предоставление отсрочки платежа, оперативная доставка)

Широта использования инструментов интернет-маркетинга

1. SMM. Продвижение товара через ИГ, разрабатывается стратегия продвижения через Яндекс.Дзен.

2. Сайт. В процессе разработки в IT-группе.

ВЫВОД: ООО «МосБиоПродукт» находится на стадии вывода совершенного нового для Российского рынка продукта – сырного порошка. Кроме того, на сегодняшний день решается вопрос о выходе продукции на маркетплейсы (Wb и Ozon) в розничной расфасовке. Однако продвижение компании в интернете практически не производится. Задача данного проекта – составить последовательную стратегию продвижения компании по средствам интернет-ресурсов.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Задание 1. БРИФ (АНКЕТА) НА СОЗДАНИЕ САЙТА

1. Информация о компании

Название компании (организации, проекта)	
--	--

2. Информация об услугах

Целевая аудитория <ul style="list-style-type: none"> ● Пол, возраст ● Образование ● Чем увлекаются ● Уровень дохода ● Какая услуга на сайте поможет удовлетворить потребности 	
Информация об услугах	
Конкуренты в сфере деятельности (ссылки)	
Компаньоны в сфере деятельности (ссылки)	
Цели создания сайта	

3. Информация о фирменном стиле (да/нет)

	Наличие (да/нет)	Есть ли исходник в кривых (да/нет)?
Логотип		
Фирменные цвета		
Фирменный стиль		

--	--

4. Какие задачи должен выполнять сайт (да/нет)?

Привлечение новых клиентов	
Стимулирование повторной посещаемости (например, за счет постоянного обновления новостей, информации, которая была бы интересна пользователям и т. д.)	
Другие задачи (Опишите)	

5. Какого типа должен быть сайт (выберите вариант)

- ☐ Промо-сайт (Продвижение товаров и услуг)
- ☐ Сайт-визитка (Общая информация о компании и ее координаты)
- ☐ Корпоративный сайт (Подробная информация о компании. Каталог товаров и/или услуг, Без возможности оформления заказов на сайте.)
- ☐ Информационный портал (Предоставление посетителям большого объема различной информации)
- ☐ Ваш вариант (опишите)

6. На какой информации должен акцентировать дизайн внимание посетителя сайта? (отметьте нужное)

На информации о компании	
На услугах компании	
На координатах местоположения офиса компании	
На визуальных образах, отражающих деятельность и подачу компании на рынке	
На новинках продукции и услуг компании	

На уникальности услуг и продукции компании
На выгодной ценовой политике
Дополнительно (опишите)

7. Описание дизайна сайта (выделить подходящие варианты, где необходимо — дать развернутый ответ)

<p>Укажите адреса сайтов, которые Вам нравятся по дизайну либо по другим параметрам. Прокомментируйте каждый из них. (кратко)</p>	
<p>Укажите адреса сайтов, которые Вам не нравятся по дизайну либо по другим параметрам. Прокомментируйте каждый из них. (кратко)</p>	
<p>Опишите желаемую стилистику сайта (строгий, современный, молодежный и т.п.)</p>	
<p>Цветовая гамма</p>	
<p>Насыщенность графикой:</p>	
<p>Различны ли главная и внутренняя страницы сайта?</p>	
<p>Иллюстрации</p>	
<p>Пиктограммы (иконки)</p>	
<p>Создание карты проезда</p>	
<p>Особые пожелания по дизайну</p>	

8. Модули сайта (выбор необходимых функций сайта)

Да/нет		Примеры выполнения (если есть; адреса сайтов)
Поиск по сайту		
Веб-формы		
Форумы		
Подписка, рассылка		
Голосование (Опросы)		
Блоги		
Фотогалерея		
Обратная связь		
Другие (указать)		

Задание 5.Проведение аудита сайта

Содержание работы:

1. Теоретическая часть. Дать определение понятию «Аудит сайта». Разобраться с классификацией и содержанием видов аудита сайта.
2. Практическая часть. Выбрать сайт и провести МАРКЕТИНГОВЫЙ аудит (взгляд на сайт с позиции пользователя).

Требования к оформлению и защите:

1. Работу оформить в среде ms Word;

Задание 2

«Анализ статистики интернет - пользователей в России»

На основе данных интернет источников подготовить информацию об активности пользователей России в сети интернет.

Отчет может содержать любые цифры и факты, касающиеся посещения сети интернет:

- общее число пользователей в мире/по странам/по городам;
- динамика изменения количества пользователей;
- описание портрета пользователей;
- цели посещения;

- среднее время посещения;
- используемые устройства;
- потребности пользователей;
- и др.

Период поиска – 2017 год (при отсутствии данных можно взять 2016 год).

В качестве образца прилагается пример отчета.

В конце занятия каждый студент должен отправить на почту преподавателя свой отчет. В теме письма указать: дисциплина, группа, Фамилия, номер работы. Например, «ЭБ. 35142-БИ. Иванов. Отчет 1».

Задание 3

Создание контента страницы интернет-магазина для продажи товара

Содержание работы:

1. Теоретическая часть. Подготовить реферат на тему «Разработка уникального контента для посадочной страницы «карточка товара»». Определить принципы, методы, особенности, методы и инструменты этой работы.
2. Практическая часть. Выбрать сферу деятельности, определить товар и разработать уникальный, качественный и востребованный контент для данного товара.

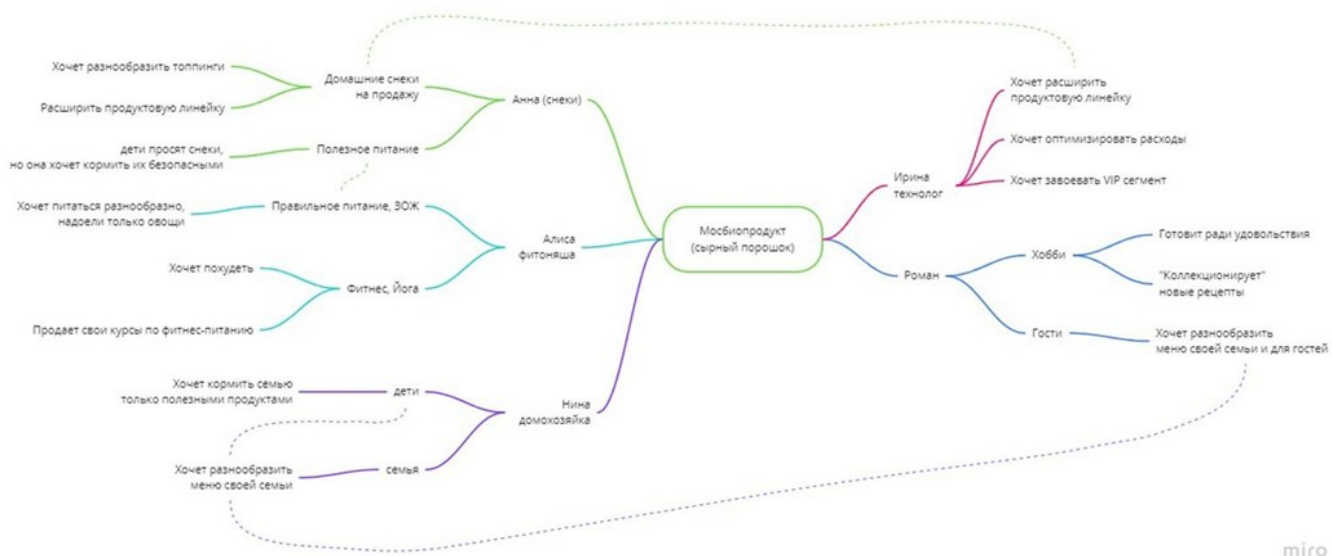
Требования к оформлению и защите:

1. Работу оформить в среде PowerPoint;
2. В качестве шаблона презентации взять шаблон ННГУ (можно найти на сайте ИЭП или ННГУ);
3. Количество слайдов – не более 20;
4. Доклад – не более 5 минут, основной упор на практическую часть.

Задание 4 На основании аватара потребителя разработайте СММ стратегию предприятия, контент план и рубрикатор.

Пример выполнения рубрикатора ниже

Карта целевой аудитории



Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компет	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно

енций (индик атора достиж ения компет енций)	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции УК-2

Согласно п. 4.7 «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ННГУ» от 13.02.2014 г. зачет будет выставлен экзаменатором без опроса обучающегося – по результатам работы в течение семестра и текущего контроля успеваемости.

О возможности выставления зачета без опроса экзаменатор объявляет обучающимся до начала зачета, на последнем занятии.

Зачет формируется по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра по следующим видам работ: тестирование, практическое задание, реферат (виды работ преподаватель определяет самостоятельно):

$$З = О_1 + О_2$$

З – оценка «зачтено»,

О₁ – положительная оценка в результате выполнения практических заданий

О₂ – положительная оценка за реферат.

При несогласии с выставленной оценкой обучающийся вправе сдавать зачет в дни и часы, указанные в расписании экзаменационной сессии. Обучающийся готовится к промежуточной аттестации по вопросам для подготовки к зачету.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2

Согласно п. 4.7 «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ННГУ» от 13.02.2014 г. зачет будет выставлен экзаменатором без опроса обучающегося – по результатам работы в течение семестра и текущего контроля успеваемости.

О возможности выставления зачета без опроса экзаменатор объявляет обучающимся до начала зачета, на последнем занятии.

Зачет формируется по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра по следующим видам работ: тестирование, практическое задание, реферат (виды работ преподаватель определяет самостоятельно):

$$З = О1 + О2$$

З – оценка «зачтено»,

О1 – положительная оценка в результате выполнения практических заданий

О2 – положительная оценка за реферат.

При несогласии с выставленной оценкой обучающийся вправе сдавать зачет в дни и часы, указанные в расписании экзаменационной сессии. Обучающийся готовится к промежуточной аттестации по вопросам для подготовки к зачету.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Прохорова Мария Вячеславовна. Организация работы интернет-магазина : Практическое пособие / Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Нижегородский государственный лингвистический университет им. Добролюбова. - 6. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 332 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05311-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875421&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг : Учебник для бакалавров; Учебник / Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 346 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04250-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875241&idb=0>.

2. Баранов Андрей. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: настольная книга

маркетолога. Взгляд практика : Практическое пособие. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2017. - 85 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-369-00776-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=597623&idb=0>.

3. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете : монография / Эйнштейн М. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838814&idb=0>.

4. Эйнштейн Мара. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=624905&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. <http://www.crmonline.ru>
2. <http://www.crm-portal.ru>
3. <http://www.crmGURU.ru>
4. <http://www.iteam.ru>
5. <http://www.basegroup.ru>
6. MS Office;
7. ЭБС znaniy.com;
8. ЭБС «biblio-online.ru».

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.04.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Абросимова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол №5.