

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**

Электронный бизнес

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

38.04.02 - Менеджмент

---

Направленность образовательной программы

Управление развитием бизнеса

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.10 Электронный бизнес 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-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1: Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия УК-4.2: Организует взаимодействие с академическим и профессиональным сообществом, в том числе на иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1: Знать разговорный и письменный иностранный язык Уметь общаться на иностранном языке как в личном общении так и в рамках осуществления профессиональной деятельности Владеть навыками коммуникации, используя вербальные и невербальные средства  УК-4.2: Знать способы и средства информационно-коммуникационных технологий для поиска необходимой информации Уметь пользоваться различными информационно-коммуникационными технологиями для поиска необходимой информации Владеть навыками поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	Задания	Зачёт: Тест
ПК-4: Способность выбирать и	ПК-4.1: Осуществляет выбор методов управления	ПК-4.1: Знать как и каким образом	Опрос Тест	

использовать современные методы управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций ПК-4.2: Применяет выбранные методы управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	собирать и систематизировать организационно-управленческую информацию Уметь осуществлять правильный выбор методов управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Владеть навыками управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций  ПК-4.2: Знать основные методы управления бизнес-процессами Уметь применить знания о методах управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Владеть навыками применения выбранных методов управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций		Зачёт: Тест
---	--	--	--	----------------

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	8	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24	10
- КСР	1	1
<b>самостоятельная работа</b>	<b>75</b>	<b>89</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>	<b>4</b> <b>Зачёт</b>

#### 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/лабораторные работы), часы		Всего				
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	
Тема 1. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции	10	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	7	11	
Тема 2. Бизнес-модели электронной коммерции	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 3. Архитектура электронного бизнеса	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 4. Интернет-маркетинг	15	14.5	1	0.5	4	2	5	2.5	10	12	
Тема 5. Роль данных в электронной коммерции	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 6. Коммерция в социальных сетях	15	13.5	1	0.5	4	2	5	2.5	10	11	
Тема7. Цифровой туризм	14	12.5	1	0.5	4	1	5	1.5	9	11	
Тема 8. Онлайн-образование	14	12.5	1	0.5	4	1	5	1.5	9	11	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	108	108	8	4	24	10	33	15	75	89	

#### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции

Тема 2. Бизнес-модели электронной коммерции

Тема 3. Архитектура электронного бизнеса

Тема 4. Интернет-маркетинг

Тема 5. Роль данных в электронной коммерции

Тема 6. Коммерция в социальных сетях

Тема 7. Цифровой туризм

Тема 8. Онлайн-образование

#### 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:

## **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 - Задания) для оценки сформированности компетенции УК-4:**

Информационные ресурсы, поиск и анализ информации предметной области

Цель: ознакомиться с классификацией информационных ресурсов, структурой рынка информационных ресурсов и источниками различного вида информации.

Задание:

1. Дать определение информации, информационных ресурсов.
2. Определить основные параметры информационных ресурсов. Суть параметров представить в таблице. Параметры оценки мировых информационных ресурсов представлены ниже.

No	Параметр информационного ресурса	Характеристика параметра

3. Представить классификацию мировых информационных ресурсов.
4. Представить структуру рынка информационных ресурсов.
5. Определить основные источники информационных ресурсов, представленных в сети Интернет.
6. Определить основные источники образовательных информационных ресурсов.
7. Составить классификацию источников образовательных информационных ресурсов.
8. На федеральном портале «Российское образование» найдите список федеральных образовательных Интернет- порталов. Найдите перечень интернет-ресурсов на информационном портале Информационно- коммуникационные

технологии в образовании. ([http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal\\_page.htm](http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal_page.htm)).

9. В окне поиска интернет-ресурсов найдите ресурсы по теме: Применение ИКТ в образовании.

10. На портале Единое окно доступа к образовательным ресурсам изучите раздел Порталы. Выясните, какие Федеральные образовательные порталы представлены здесь.

11. Исследовать типы сервисов в интернете и их использование в интернет-бизнесе.

12. Тематический поиск в поисковых системах ресурсов Интернет.

13. Какие поисковые системы Интернета используются Вами и почему? Каковы принципы работы поисковой системы.

14. Представить правила поиска информационных ресурсов (Правила формирования запросов в поисковой системе Яндекс).

15. Представить технологию поиска информации в поисковых системах.

Рассмотренные вопросы отразить в отчете.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно»

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-4:**

1. Электронный и традиционный бизнес.
2. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса.
3. Электронные транзакции и их классификация.
4. Факторы развития электронной коммерции.
5. Структура электронного рынка.
6. Бизнес-модели электронной коммерции.
7. Основные проблемы развития электронной торговли в России.
8. Методы обеспечения безопасности электронной коммерции.
9. Аугментация контрагент в электронной коммерции.

10. Криптозащита и безопасные коммуникации.
11. Цифровые подписи и цифровые сертификаты.
12. Электронный аукцион. Корпоративные порталы. Электронные торговые площадки. Электронный магазин.
13. Персонал интернет-магазина и методы привлечения покупателей.
14. Информационный дизайн интернет-магазина.
15. Основные требования к характеристикам электронного магазина.
16. Оценка качества спроектированного электронного магазина.
17. Основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства.
18. Платежные системы на основе электронных денег.
19. Безопасность платежей в интернете.
20. Построение бизнес модели торговых операций в потребительском секторе (B2C).
21. Формирование управляемых параметров торговых операций в Интернет-среде.
22. Влияние управляемых параметров торговой операции на экономические показатели предприятия.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
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», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между юридическими и физическими лицами:

А) B2C

Б) B2B

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

2. Осуществление сделок между предприятиями (юридическими лицами и предпринимателями):

А) B2C

Б) B2B

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

3. Вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между физическими лицами:

А) B2C

Б) B2B

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

4. Осуществление сделок между экономическими субъектами (юридическими лицами) с одной стороны и государственными (муниципальными) органами управления с другой:

А) B2C

Б) B2G

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B



5. Модель связи, в которой каждая сторона имеет одинаковые возможности, и любая сторона может инициировать сеанс связи:

А) B2C

Б) B2G

В) P2P

Г) C2G

Д) G2B

6. Модель электронной коммерции, в основе которой лежит так называемое электронное соединение. То есть вы не продаете предметы или материальные блага, а наоборот вы предлагаете очень ценную информацию

А) E2E

Б) B2G

В) P2P

Г) C2G

Д) G2B

7. Способ розничной торговли, не подразумевающий хранение продаваемых товаров на своем складе:

А) Дропшипинг

Б) Оптовая торговля

В) Прямые продажи потребителю DTC

Г) Собственное производство

Д) Предоставление подписок на товары и услуг

Ключи:

2	3	4	5	6	7
а	б	в	б	в	а

Вопрос открытого типа

Что влияет на результативность баннерной рекламы?

Эталонный ответ:

На результативность баннерной рекламы может влиять:

§правильность выбора рекламных площадок;

§место размещения баннера на площадке;

§сам баннер.

В группах необходимо разработать дизайн и текст баннера, а также определить место размещения (сайт) и локацию баннера.

**Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
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», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

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

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	вследствие отказа обучающегося от ответа		негрубых ошибок	. Допущено несколько негрубых ошибок	. Допущено несколько несущественных ошибок	и. Ошибок нет.	
<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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы 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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	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
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	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	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	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 - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4**

1. Предоставление правильного предложения в правильном формате на правильном устройстве (устройствах) в правильный момент времени:

А) релевантность

Б) лидогенерация

В) конверсия

Г) кросс-минусация

Д) маски

2. Отношение количества посетителей, совершивших покупку (или иное действие, связанное с бизнес-целью), к общему отношению посетителей сайта:

А) релевантность

Б) лидогенерация

В) конверсия

Г) кросс-минусация

Д) маски

3. Хорошим уровнем конверсии считается уровень, превышающий \_\_\_\_%:

а) 0,3

б) 0,5

в) 1

г) 2

д) 3

4. Все этапы, через которые проходят клиенты, взаимодействуя с вашими цифровыми каналами, от первого знакомства до покупки:

А) SEO

Б) лидогенерация

В) конверсия

Г) кросс-минусация

Д) цифровой путь клиента

5. Выберите системы Web-аналитики сегмента «для всех»:

- а) Adobe Analytics
- б) Matomo
- в) Finteza
- г) Яндекс.Метрика
- д) Google Analytics

6 Выберите системы Web-аналитики сегмента «для бизнеса»:

- а) Adobe Analytics
- б) Matomo
- в) Finteza
- г) Яндекс.Метрика
- д) Google Analytics

7. Выберите систему Web-аналитики сегмента «для крупного бизнеса»:

- а) Adobe Analytics
- б) Matomo
- в) Finteza
- г) Яндекс.Метрика
- д) Google Analytics

8. Выберите характеристики Big Data , которые давала в 2001 году Meta Group

- а) Volume
- б) Variety
- в) Velocity
- г) Viability
- д) Value

9. Клип в Tik Tok может быть классифицирован как:

- а) структурированные данные
- б) частично структурированные данные
- в) неструктурированные данные
- г) сверхнормативные данные
- д) он не может быть классифицирован

10. Ролик в YouTube может быть классифицирован как:

- а) структурированные данные
- б) частично структурированные данные
- в) неструктурированные данные
- г) сверхнормативные данные
- д) он не может быть классифицирован

11. Учебник, размещенный в электронной библиотеке (например, ЭБС «ЛАНЬ») может быть классифицирован как:

- а) структурированные данные
- б) частично структурированные данные
- в) неструктурированные данные
- г) сверхнормативные данные
- д) он не может быть классифицирован

12. Таблица Excel может быть классифицирована как:

- а) структурированные данные
- б) частично структурированные данные
- в) неструктурированные данные
- г) сверхнормативные данные
- д) она не поддается классификации

Ключи:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	1
										1	2
а	в	д	д	дг	аб	б	аб	в	в	б	а
					в		в				

Расскажите, в чем смысл SEO оптимизации?

Эталонный ответ

Наиболее популярным интернет-средством привлечения органического трафика является поисковая оптимизация (search engine optimization, SEO). Под **SEO** понимается «процесс повышения видимости сайта или конкретной страницы веб-сайта в неоплаченной поисковой выдаче в соответствующих системах — Google, Yahoo, Yandex и др.». Существуют два направления осуществления поисковой оптимизации:

- внутренняя (контент: заголовок, описание, ключевые слова);
- внешняя (ссылки: размещение редиректных ссылок и т.д.).

SEO с помощью контента подразумевает работу с ключевыми словами (keywords), которые описывают сущность продвигаемого продукта и могут наиболее часто использоваться пользователями в поисковых системах. Совокупность ключевых слов называется *семантическим ядром сайта* (СЯ).

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4

1. Социальные медиа относятся к бизнес-модели

- А) B2B
- б) B2C
- в) P2P
- г) E2E

д) B2G

2. Сведения из анкеты, которую заполняет пользователь при регистрации в социальной сети наиболее важна для бизнеса в таком аспекте деятельности, как:

А) маркетинг и продажи

Б) обратная связь с клиентом

В) поиск сотрудников

Г) личный брендинг

Д) инфобизнес и творческая реализация

3. Возможность позиционировать себя в окружающем мире, демонстрируя личные достижения на своей странице, участие в различных мероприятиях, комментируя события, а также публикуя свое мнение наиболее важна для бизнеса в таком аспекте деятельности, как:

А) маркетинг и продажи

Б) обратная связь с клиентом

В) поиск сотрудников

Г) личный брендинг

Д) инфобизнес и творческая реализация

4. Задачи social media mining

а) анализ контента

Б) анализ структур

В) анализ изменений

Г) построение личных отношений

Д) общая модель разбора настроения

5. К анализу контента можно отнести:

А) анализ настроений и репутации пользователей о некоторых продуктах и услугах,

Б) обнаружение жалоб и предложений пользователей о некоторых продуктах и услугах,

В) обнаружение и использование (прогнозирование) конкретных событий, а также причинно-следственных связей между ними;

Г) обнаружение новых тенденций, потребностей и болевых точек

Д) показатели эффективности работы, измеряемые в цифрах и отслеживаемые в течение времени

6. К анализу изменений можно отнести:

А) анализ настроений и репутации пользователей о некоторых продуктах и услугах,

Б) обнаружение жалоб и предложений пользователей о некоторых продуктах и услугах,

В) обнаружение и использование (прогнозирование) конкретных событий, а также причинно-следственных связей между ними;

Г) обнаружение новых тенденций, потребностей и болевых точек

Д) показатели эффективности работы, измеряемые в цифрах и отслеживаемые в течение времени

7. К метрике «показатели активности» относятся:

а) Среднее время ответа

б) Доля каждого типа контента к общему числу публикаций за определенный промежуток времени

в) Количество публикаций за отчетный период

г) доля вовлеченности

д) доля аудитории

8. К метрике «показатели охвата» относятся:

а) Среднее время ответа

б) Доля каждого типа контента к общему числу публикаций за определенный промежуток времени

в) Количество публикаций за отчетный период

г) доля вовлеченности

д) доля аудитории

9. Скорость распространения контента в социальной сети. Например, все лайки на часть контента, это:

а) рейтинг комментариев

б) вовлеченность в процентах от аудитории

в) вовлеченность на поклонника/подписчика

г) виральность

д) доля голоса



10. Отношение конверсии в социальных сетях к общему числу конверсии сайта или группы, показывает процент конверсии из социальных сетей:

- а) конверсия вернувшихся посетителей
- б) доход с клика
- в) коэффициент конверсии в социальных сетях
- г) стоимость конверсии
- д) конверсия новых посетителей

11. Количество полезных взаимодействий с сайтом или группой от новых визитёров, за определённый промежуток времени:

- а) конверсия вернувшихся посетителей
- б) доход с клика
- в) коэффициент конверсии в социальных сетях
- г) стоимость конверсии
- д) конверсия новых посетителей

12. Количество полезных взаимодействий с группой или сайтом посетителями, зашедшими на сайт повторно, за отчетный период

- а) конверсия вернувшихся посетителей
- б) доход с клика
- в) коэффициент конверсии в социальных сетях
- г) стоимость конверсии
- д) конверсия новых посетителей

13. Среднее значение ответов на вопрос «порекомендуете ли вы продукт друзьям» с ответами от 0 до 10 баллов вероятности:

- а) отзывы/рейтинги клиентов
- б) скорость текучести/оттока клиентов
- в) отзывы клиентов
- г) к-фактор
- д) чистая оценка продавца

14. Скорость роста показателей, связанных с клиентами. Например, клиентская база, приток пользователей в группу:

- а) отзывы/рейтинги клиентов
- б) скорость текучести/оттока клиентов
- в) отзывы клиентов
- г) к-фактор

д) чистая оценка продавца

15. Количество отзывов или оценок определенной направленности, например, отрицательных, за отчетный период

а) отзывы/рейтинги клиентов

б) скорость текучести/оттока клиентов

в) отзывы клиентов

г) к-фактор

д) чистая оценка продавца

Ключи:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	1	1	1	1
										1	2	3	4	5
в	ав	г	аб	аб	вг	аб	гд	г	в	д	а	д	г	а
			в			в								

Объясните суть концепции "трех видов деятельности"

Эталонный ответ.

Существуют три вида деятельности для любой организации.

- Управляющая — деятельность, которая управляет функционированием системы. Примером управляющего процесса может служить Корпоративное управление и Стратегический менеджмент.
- Основная (Операционная) — деятельность, которая является основой бизнеса компании и создают основной поток доходов. Примерами операционных бизнес-процессов являются Снабжение, Производство, Маркетинг, Продажи.
- Поддерживающие — деятельность, которая обслуживают основной бизнес. Например, Бухгалтерский учет, Подбор персонала, Техническая поддержка, административно-хозяйственный отдел.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно»

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

Основная литература:

1. Кетько Н. В. Электронный бизнес : учебное пособие / Кетько Н. В., Копылов А. В., Скитер Н. Н.

- Волгоград : ВолгГТУ, 2020. - 80 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ВолгГТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-9948-3612-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=732876&idb=0>.
2. Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция / Сковиков А. Г. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2022. - 260 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Лань - Информатика. - ISBN 978-5-8114-9249-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=782724&idb=0>.
3. Рындина С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов : учебное пособие / Рындина С. В. - Пенза : ПГУ, 2019. - 88 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ПГУ - Информатика. - ISBN 978-5-907185-85-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=749498&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция / Гаврилов Л. П. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2022. - 477 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494509> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-12180-3 : 1429.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786398&idb=0>.
2. Кобелев Олег Афанасьевич. Электронная коммерция : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 682 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03474-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632746&idb=0>.
3. Электронная коммерция : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2022. - 192 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-8199-0507-4. - ISBN 978-5-16-110554-2. - ISBN 978-5-16-005410-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834766&idb=0>.
4. Быстренина Ирина Евгеньевна. Электронная коммерция : Учебное пособие / Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 90 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03372-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=630634&idb=0>.
5. Столяров Д. Ю. Сетевая экономика : учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению 38.03.01 «экономика», профиль «экономика и управление предприятием (организацией)» / Столяров Д. Ю., Столярова И. Ю., Сыркова И. С. - Сочи : СГУ, 2019. - 106 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=710015&idb=0>.
6. Васильев Геннадий Анатольевич. Электронный бизнес и реклама в Интернете : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593504&idb=0>.

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

Программное обеспечение:

1. ППП MS Office 2010,
2. Текстовый редактор Блокнот
3. Браузеры IE, Google Chrome, Opera и др.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.lib.unn.ru/maestro.html> - Фундаментальная библиотека ННГУ
2. <https://urait.ru> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://edu.ru/> - Федеральный портал российского образования
4. <https://znanium.com/> - электронно-библиотечная система
5. <https://e-pepper.ru/> - журнал об электронной коммерции
6. [https://business-magazine.online/fn\\_20617.html](https://business-magazine.online/fn_20617.html) - федеральный бизнес-журнал
7. <https://oborot.ru/> - журнал об электронной коммерции

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

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

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 38.04.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Макарычева Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Яшин Сергей Николаевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.11.2024, протокол № Протокол №5.