

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.10.2025 16:38:25
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА
ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ**

Управление на основе данных в e-commerce
(наименование дисциплины/модуля)

**Оценочные материалы рекомендованы МССН для направления подготовки/
специальности:**

38.04.05 Бизнес-информатика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной
образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

E-commerce-электронная коммерция

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Оценочные материалы разработаны/актуализированы для учебного года:

2026/2027

(учебный год)

Москва

1. БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценивание уровня сформированности компетенций по итогам изучения дисциплины «Управление на основе данных в e-commerce» осуществляется в соответствии с действующей в РУДН Балльно-рейтинговой системой (БРС).

Таблица 1.1. Балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине/практике

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)									Баллы темы
		Аудиторная работа					Самостоятельная работа		Промежуточная аттестация		
		Устный/ письменный	Тест	Коллоквиум	Контрольная работа	Коммуникация	Доклад	Реферат	Защита курсового проекта/ работы	Экзамен/ зачет	
УК-2 ОПК -3 ПК-2	Концепция data-driven управления в e-commerce. Эволюция подходов к управлению: от интуитивного к основанному на данных. Роль данных в	2				2					4

	современном бизнесе и принятии стратегических решений. Цифровая трансформация управления и ее особенности в электронной коммерции.										
УК-2 ОПК -3 ПК-2	Экосистема данных в e-commerce организации. Типы данных для управления: транзакционные, поведенческие, операционные, внешние данные. Источники данных: веб-аналитика, CRM, ERP, социальные сети, IoT-устройства. Интеграция данных из различных источников и создание единого представления.	2		5							7
УК-2 ОПК -3	Основы клиентоориентиро	2			5				15		22

ПК-2	ванного подхода в e-commerce. Концепция Customer Centricity и ее реализация в цифровой среде. Принципы клиентоориентированности: эмпатия, персонализация, проактивность. Измерение клиентоориентированности: NPS, CSAT, Customer Effort Score. Влияние клиентоориентированности на финансовые результаты.										
УК-2 ОПК -3 ПК-2	Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Эволюция CRM: от контактных баз данных к интеллектуальным системам. Типы CRM-систем: операционные,	2	5			2	5				14

	аналитические, коллаборативные. Архитектура CRM и интеграция с другими корпоративными системами. Мобильные CRM и социальные CRM.										
УК-2 ОПК -3 ПК-2	Управление продажами на основе данных. Автоматизация воронки продаж и управление конверсией. Прогнозирование продаж и планирование выручки. Sales Performance Management и KPI продаж. A/B тестирование в продажах и оптимизация конверсии. Lead scoring и управление потенциальными клиентами.	2				2		5			9
УК-2 ОПК -3	Управление товарными		4		5		5				14

ПК-2	запасами и цепями поставок. Demand forecasting и планирование потребности в запасах. Оптимизация уровня запасов с помощью алгоритмов машинного обучения. Supply Chain Analytics и управление поставщиками. Inventory optimization и минимизация издержек хранения. Управление ассортиментом на основе данных.										
УК-2 ОПК -3 ПК-2	Экзамен/зачет									30	30
Итого		10	9	5	10	6	10	5	15	30	100

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Соответствие систем оценок
(используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)

Оценка	Неудовлетворит.		Удовлетворительно	Хорошо		Отлично	
Оценка ECTS	F(2)	FX (2+)	E(3)	D(3+)	C (4)	B (5)	A (5+)
Максимальная сумма баллов							
100	менее 31	31-50	51-60	61-68	69-85	86-94	95-100

Описание оценок ECTS:

А ("Отлично") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

В ("Очень хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

С ("Хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Д ("Удовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Е ("Посредственно") - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

FX ("Условно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

Ф ("Безусловно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные

учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Реализация курса предусматривает интерактивные лекции, практические занятия (семинары) с использованием мультимедийного оборудования и интерактивного учебника, подготовку самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

Темы рефератов.

1. Data-driven управление как фактор цифровой трансформации современных предприятий e-commerce
2. Этические аспекты использования персональных данных клиентов в электронной коммерции
3. Роль искусственного интеллекта в автоматизации бизнес-процессов e-commerce
4. Сравнительный анализ CRM-систем для малого и среднего бизнеса в сфере e-commerce
5. Персонализация клиентского опыта как конкурентное преимущество интернет-магазинов
6. Влияние больших данных на стратегическое планирование в электронной коммерции
7. Омниканальный подход в управлении клиентскими взаимоотношениями
8. Применение машинного обучения для прогнозирования спроса в e-commerce
9. Роль социальных медиа в формировании клиентоориентированной стратегии
10. Динамическое ценообразование в условиях высококонкурентной среды e-commerce
11. Управление репутацией бренда на основе анализа пользовательских данных
12. Интеграция IoT-технологий в системы управления цепями поставок
13. Влияние GDPR и российского законодательства о персональных данных на e-commerce
14. Построение data-driven культуры в российских IT-компаниях: вызовы и перспективы
15. Роль мобильной аналитики в оптимизации пользовательского опыта

Критерии оценки

Реферат – самостоятельная работа студента, представляющая собой краткое изложение полученных результатов теоретического анализа определенной учебно-исследовательской темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. При оценке реферата необходимо учитывать следующие положения:

1. В тексте должно быть продемонстрировано владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета.

2. Текст должен быть завершенным и четко структурированным, посвященным строго заданной проблематике.
3. Текст должен заканчиваться обоснованными выводами, полученными на основе анализа фактов и решающими поставленную в начале работы задачу.
4. Грамотность и логика изложения, терминология и лексика должны соответствовать заданной тематике и поставленной автором задаче.
5. Наличие правильно оформленных иллюстраций, ссылок на источники литературы.
6. Объем – не более 10 страниц А4 машинописного текста.

Оценивание: максимум 5 баллов, где 3 балла – содержание работы, стиль, правильность выводов, 1 балла – оформление согласно требованиям, 1 балла – защита, включающая презентацию.

Вопросы для коллоквиумов, собеседования по дисциплине «Управление на основе данных в e-commerce»

Раздел 1. Теоретические основы управления на основе данных в цифровой экономике

1. Дайте определение понятия "data-driven управление" и объясните его роль в e-commerce
2. Охарактеризуйте основные этапы эволюции подходов к управлению в цифровой экономике
3. Перечислите и опишите типы данных, используемых для принятия управленческих решений в e-commerce
4. Объясните концепцию Data Governance и ее значение для организации
5. Опишите архитектуру современных систем управления данными
6. Какие этические принципы должны соблюдаться при работе с данными клиентов?
7. Охарактеризуйте роль облачных технологий в построении data-driven организации
8. Опишите основные критерии качества данных и методы их обеспечения

Раздел 2. Клиентоориентированное управление и CRM-стратегии

1. Объясните концепцию Customer Centricity и ее реализацию в цифровой среде
2. Перечислите основные принципы клиентоориентированности в e-commerce
3. Опишите типы CRM-систем и их функциональные возможности
4. Какие методы сегментации клиентов применяются в электронной коммерции?
5. Объясните технологии персонализации в e-commerce
6. Что такое Customer Journey Mapping и как он применяется на практике?
7. Опишите методы расчета Customer Lifetime Value (CLV)
8. Какие стратегии удержания клиентов наиболее эффективны в цифровой среде?
9. Объясните концепцию Next Best Action в контексте CRM

10. Как измеряется эффективность клиентоориентированного подхода?

Раздел 3. Операционное управление и автоматизация процессов в e-commerce

1. Опишите процесс автоматизации воронки продаж в e-commerce
2. Какие методы прогнозирования продаж применяются в электронной коммерции?
3. Объясните принципы Supply Chain Analytics
4. Что такое динамическое ценообразование и как оно реализуется?
5. Опишите алгоритмы оптимизации товарных запасов
6. Какие инструменты используются для автоматизации маркетинговых кампаний?
7. Объясните концепцию omnichannel маркетинга
8. Что включает в себя Performance Marketing?
9. Как строится data-driven культура в организации?
10. Какие роли и компетенции необходимы для data-driven организации?

Критерии оценки:

- **«Отлично»:** полные, развернутые ответы на все вопросы с приведением примеров
- **«Хорошо»:** правильные ответы с незначительными неточностями
- **«Удовлетворительно»:** базовое понимание вопросов с некоторыми ошибками
- **«Неудовлетворительно»:** неправильные или неполные ответы

Тесты по дисциплине «Управление на основе данных в e-commerce»

1. Что лежит в основе data-driven управления?
 - А) Интуиция менеджеров
 - В) Сбор и анализ метрик для принятия решений
 - С) Имитация лучших практик конкурентов
 - D) Полное исключение человеческого фактораПравильный ответ: В
2. Какая метрика отражает эффективность цифровых маркетинговых каналов?
 - А) CAC
 - В) ROAS
 - С) AOV
 - D) CSATПравильный ответ: В
3. Что такое ETL-процесс?
 - А) Сбор отзывов клиентов
 - В) Экстракция, трансформация и загрузка данных

- C) Оптимизация конверсии
 - D) Построение отчетов в BI
- Правильный ответ: B

4. Какая система чаще всего используется для хранения больших объёмов неструктурированных данных?

- A) OLTP
 - B) Data Warehouse
 - C) Data Lake
 - D) CRM
- Правильный ответ: C

5. Для чего применяют A/B-тестирование в e-commerce?

- A) Оценки сезонности спроса
 - B) Выбора оптимального варианта интерфейса или предложения
 - C) Прогнозирования выручки
 - D) Сегментации клиентов
- Правильный ответ: B

6. Что такое KPI?

- A) Ключевые показатели производительности
 - B) Тип базы данных
 - C) Алгоритм машинного обучения
 - D) Модель атрибуции
- Правильный ответ: A

7. Какой инструмент используют для визуализации дашбордов?

- A) GitLab
 - B) Power BI
 - C) VS Code
 - D) Docker
- Правильный ответ: B

8. Что означает OLAP?

- A) Online Analytical Processing
 - B) Open Link Access Protocol
 - C) Operational Learning and Prediction
 - D) Optimized Latency Access Pattern
- Правильный ответ: A

9. Какая метрика отражает скорость обработки заказов?

- A) Order Fulfillment Time
 - B) Bounce Rate
 - C) NPS
 - D) Churn Rate
- Правильный ответ: A

10. Что такое cohort-анализ?

- A) Анализ поведения групп пользователей по времени
- B) Модель прогнозирования спроса
- C) Тестирование двух вариантов сайта
- D) Алгоритм кластеризации

Правильный ответ: A

11. Какой компонент ETL отвечает за очистку и обогащение данных?

- A) Extract
- B) Transform
- C) Load
- D) Analyze

Правильный ответ: B

12. Что такое data governance?

- A) Настройка рекламных кампаний
- B) Управление качеством, безопасностью и доступом к данным
- C) Создание отчетов
- D) Оптимизация сайта

Правильный ответ: B

13. Для чего используется predictive analytics?

- A) Описание прошлых событий
- B) Прогнозирование будущих трендов
- C) Визуализация данных
- D) Сбор данных

Правильный ответ: B

14. Какая модель атрибуции учитывает все взаимодействия до конверсии?

- A) Last-Click
- B) First-Click
- C) Linear
- D) Last-Non-Direct

Правильный ответ: C

15. Что такое real-time analytics?

- A) Анализ данных в момент их поступления
- B) Ежемесячные отчёты
- C) Историческое агрегирование
- D) Секретный режим обработки

Правильный ответ: A

16. Какая технология позволяет визуализировать данные и строить отчёты пользователям без навыков программирования?

- A) ETL

- B) BI-платформа
- C) CRM-система
- D) CMS

Правильный ответ: B

17. Что отражает метрика Customer Lifetime Value (CLV)?

- A) Стоимость привлечения клиента
- B) Общий доход от клиента за весь срок взаимодействия
- C) Средний чек
- D) Время обработки заказа

Правильный ответ: B

18. Какой тип базы данных оптимален для транзакционной обработки?

- A) Data Lake
- B) OLTP
- C) OLAP
- D) NoSQL

Правильный ответ: B

19. Что такое data pipeline?

- A) Компания-поставщик данных
- B) Набор процессов для перемещения и обработки данных
- C) Программа лояльности
- D) Способ оценки churn

Правильный ответ: B

20. Какая практика помогает обеспечивать качество данных?

- A) Регулярный мониторинг метрик качества и SLA
- B) Игнорирование ошибок
- C) Увеличение скорости ETL
- D) Использование сырых данных

Правильный ответ: A

Критерии оценки: 1 балл за каждый вопрос теста

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Практические задания

1. Задачи репродуктивного уровня

Задача 1. Дайте определение основным терминам: Data-driven управление, Customer Centricity, CRM, персонализация, Customer Journey Mapping

Задача 2. Перечислите основные типы данных, используемых в e-commerce для принятия управленческих решений

Задача 3. Назовите основные

принципы Data Governance в

организации **Задача 4.** Перечислите

критерии качества данных и методы

их обеспечения **Задача 5.** Назовите

основные компоненты современной

CRM-системы

2. Задачи реконструктивного уровня

Задача 1. Проанализируйте преимущества и недостатки различных типов CRM-систем (операционных, аналитических, коллаборативных) для интернет-магазина

Задача 2. Сравните методы сегментации клиентов (демографический, поведенческий, психографический) и определите наиболее подходящий для конкретного типа e-commerce бизнеса

Задача 3. Обоснуйте выбор технологий персонализации для

различных точек взаимодействия с клиентом в омниканальной

среде **Задача 4.** Проанализируйте влияние качества данных на

эффективность принятия управленческих решений в e-commerce

Задача 5. Сравните различные подходы к динамическому

ценообразованию в электронной коммерции

3. Задачи творческого уровня

Задача 1. Разработайте комплексную стратегию внедрения data-driven управления в традиционной розничной компании, планирующей выход в e-commerce

Задача 2. Предложите архитектуру системы управления данными для маркетплейса, обслуживающего множественных продавцов и покупателей

Задача 3. Создайте модель оценки ROI от внедрения CRM-системы с учетом специфики российского рынка e-commerce

Задача 4. Разработайте план построения data-driven культуры в IT-стартапе численностью 100 человек

Задача 5. Предложите систему персонализации для омниканального ритейлера с учетом требований по защите персональных данных

Критерии оценки:

- **Репродуктивный уровень (1-3 балла):** знание фактического материала
- **Реконструктивный уровень (4-7 баллов):** умение анализировать и синтезировать информацию
- **Творческий уровень (8-10 баллов):** способность к инновационному мышлению и решению сложных задач

РАЗРАБОТЧИКИ:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Абуева М.М.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
цифрового менеджмента

Назюта С. В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав.кафедрой прикладной
экономики

Островская А.А.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.