

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**

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ**

---

(наименование дисциплины/модуля)

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

**38.04.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА**

---

**2026 г.**

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

Оценивание уровня сформированности компетенций по итогам изучения дисциплины «Электронная коммерция и развитие бизнеса на маркетплейсах» осуществляется в соответствии с действующей в РУДН Балльно-рейтинговой системе (БРС).

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

| Код контролируемой компетенции<br>или ее части | Контролируемая<br>тема<br>дисциплины                                                                       | ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП) |      |            |                    |              |                        |         |                                     |                | Баллы<br>темы |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------|------------|--------------------|--------------|------------------------|---------|-------------------------------------|----------------|---------------|
|                                                |                                                                                                            | Аудиторная работа                         |      |            |                    |              | Самостоятельная работа |         | Промежуточная<br>аттестация         |                |               |
|                                                |                                                                                                            | Устный/<br>письменный                     | Тест | Коллоквиум | Контрольная работа | Коммуникация | Доклад                 | Реферат | Защита курсового<br>проекта/ работы | Экзамен/ зачет |               |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3                 | Тема 1.<br>Современная экосистема электронной коммерции.<br>Тренды и перспективы развития<br>российского и | 2                                         |      |            |                    | 2            |                        |         |                                     |                | 4             |

|                                |                                                                                                                             |   |   |   |   |   |   |   |    |  |    |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|----|--|----|
|                                | мирового рынка e-commerce                                                                                                   |   |   |   |   |   |   |   |    |  |    |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | Тема 2.<br>Правовые и финансовые аспекты e-commerce.<br>Нормативное регулирование дистанционной торговли.                   | 2 |   | 5 |   |   |   |   |    |  | 7  |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | Тема 3.<br>Организация операционных процессов.<br>Управление складскими запасами и логистика (FBY, FBS, собственный склад). | 2 |   |   | 5 |   |   |   | 15 |  | 22 |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | Тема 4.<br>Технологии и автоматизация e-commerce. Обзор и выбор систем управления товарами (PIM-системы).                   | 2 | 5 |   |   | 2 | 5 |   |    |  | 14 |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | Тема 5.<br>Продвижение на маркетплейсах.<br>SEO оптимизация карточек товаров: от выбора                                     | 2 |   |   |   | 2 |   | 5 |    |  | 9  |

|                                |                                                                                                      |    |   |   |    |   |    |   |    |    |     |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|---|----|---|----|----|-----|
|                                | ключевых слов до оформления контента.                                                                |    |   |   |    |   |    |   |    |    |     |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | Тема 6.<br>Аналитика и метрики e-commerce.<br>Ключевые показатели эффективности (LTV, CAC, CR, ROI). |    | 4 |   | 5  |   | 5  |   |    |    | 14  |
| УК-2<br>ОПК-3<br>ОПК-4<br>ПК-3 | 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. Анализ российского рынка маркетплейсов: конкуренция между Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет
2. Бизнес-модели маркетплейсов: комиссионные схемы и альтернативные источники дохода
3. Логистические модели FBO и FBS: сравнительный анализ преимуществ и недостатков
4. SEO-оптимизация карточек товаров на маркетплейсах: стратегии продвижения
5. Тренды развития маркетплейсов в России в 2024-2025 годах
6. Монетизация маркетплейсов: от комиссий до рекламных доходов
7. Фулфилмент-услуги для малого и среднего бизнеса на маркетплейсах
8. Стратегии ценообразования и участие в акциях на торговых площадках
9. Роль отзывов и рейтингов в алгоритмах ранжирования маркетплейсов
10. Омниканальные стратегии: интеграция маркетплейсов с собственными каналами продаж
11. Внутренняя реклама на маркетплейсах: инструменты и эффективность
12. Влияние мобильной коммерции на развитие маркетплейсов
13. Локализация товаров: тренд на российские бренды на маркетплейсах
14. Управление складскими запасами и оборачиваемостью на маркетплейсах
15. Кроссплатформенные продажи: стратегии работы на нескольких маркетплейсах одновременно
16. Влияние скорости доставки на конкурентоспособность товаров
17. Аналитика и большие данные в управлении продажами на маркетплейсах
18. Работа с возвратами и управление репутацией продавца
19. B2B-маркетплейсы: особенности и перспективы развития
20. Международная экспансия российских маркетплейсов и импортозамещение

### **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.

### **Тесты**

**1. Какой маркетплейс лидирует по объему продаж в России в 2024 году?**

- A) Ozon
- B) Wildberries
- C) Яндекс.Маркет
- D) МегаМаркет

**Правильный ответ: B) Wildberries**

**2. Что означает аббревиатура FBO в логистике маркетплейсов?**

- A) Fulfillment by Owner
- B) Fulfillment by Ozon
- C) Full Business Operations
- D) Fast Box Operations

**Правильный ответ: B) Fulfillment by Ozon (или Fulfillment by Operator)**

**3. Какой процент от общего объема e-commerce в России приходится на маркетплейсы в 2024 году?**

- A) 45%
- B) 55%
- C) 65%
- D) 75%

**Правильный ответ: C) 65%**

**4. Основное отличие модели FBS от FBO:**

- A) В FBS товар хранится у продавца
- B) В FBS быстрее доставка

- C) В FBS ниже комиссии маркетплейса
- D) В FBS нет возможности возвратов

**Правильный ответ: A) В FBS товар хранится у продавца**

**5. Какую долю от выручки может составлять реальная комиссия маркетплейса с учетом всех расходов?**

- A) 15-20%
- B) 25-30%
- C) 35-45%
- D) 50-60%

**Правильный ответ: D) 50-60%**

**6. Главный фактор ранжирования товаров на Wildberries:**

- A) Цена товара
- B) Количество отзывов
- C) Оборачиваемость и процент возвратов
- D) Размер комиссии

**Правильный ответ: C) Оборачиваемость и процент возвратов**

**7. Что такое CTR в контексте маркетплейсов?**

- A) Cost to Revenue (соотношение затрат к выручке)
- B) Click Through Rate (кликабельность карточки)
- C) Customer Trust Rating (рейтинг доверия клиентов)
- D) Conversion Transaction Rate (конверсия транзакций)

**Правильный ответ: B) Click Through Rate (кликабельность карточки)**

**8. Основной тренд в категориях товаров на маркетплейсах в 2024-2025 годах:**

- A) Снижение спроса на электронику
- B) Рост популярности товаров для спорта и здоровья
- C) Переход на продажи только дешевых товаров
- D) Исчезновение категории одежды

**Правильный ответ: B) Рост популярности товаров для спорта и здоровья**

**9. Какая бизнес-модель маркетплейса наиболее распространена?**

- A) Подписочная модель
- B) Комиссия с каждой транзакции
- C) Фиксированная плата за размещение
- D) Только рекламные доходы

**Правильный ответ: B) Комиссия с каждой транзакции**

**10. Что входит в состав "агентского вознаграждения" маркетплейса?**

- A) Только базовая комиссия
- B) Комиссия + логистика + хранение + эквайринг
- C) Только стоимость доставки
- D) Только реклама

**Правильный ответ: B) Комиссия + логистика + хранение + эквайринг**

**11. Минимальный рекомендуемый рейтинг товара для попадания в топ выдачи:**

- A) 3.5
- B) 4.0
- C) 4.5
- D) 5.0

**Правильный ответ: C) 4.5**

**12. Что такое семантическое ядро в SEO-оптимизации карточек?**

- A) Основные характеристики товара
- B) Группы ключевых слов для поисковых запросов
- C) Список конкурентов
- D) Описание товара

**Правильный ответ: B) Группы ключевых слов для поисковых запросов**

**13. Сколько процентов от выручки обычно тратится на рекламу на маркетплейсах?**

- A) 1-3%
- B) 5-15%

- C) 20-25%
- D) 30-40%

**Правильный ответ: В) 5-15%**

**14. Основное преимущество работы по схеме FBO:**

- A) Низкие комиссии
- B) Приоритет в ранжировании и быстрая доставка
- C) Полный контроль над логистикой
- D) Отсутствие ограничений по ассортименту

**Правильный ответ: В) Приоритет в ранжировании и быстрая доставка**

**15. Какой маркетплейс показал наибольший рост количества продавцов в 2024 году?**

- A) Wildberries
- B) Ozon
- C) МегаМаркет
- D) Яндекс.Маркет

**Правильный ответ: C) МегаМаркет (рост в 2.5 раза)**

**16. Что такое омниканальность в контексте маркетплейсов?**

- A) Продажи только онлайн
- B) Интеграция всех каналов продаж в единую систему
- C) Работа только с одним маркетплейсом
- D) Продажи только офлайн

**Правильный ответ: B) Интеграция всех каналов продаж в единую систему**

**17. Рекомендуемый запас товара на складе для модели FBO:**

- A) 5-7 дней продаж
- B) 14 дней продаж
- C) 21 день продаж
- D) 30 дней продаж

**Правильный ответ: B) 14 дней продаж**

**18. Основная причина роста лояльности к маркетплейсам среди покупателей:**

- A) Низкие цены
- B) Удобство и быстрая доставка
- C) Большой ассортимент
- D) Качественный сервис

**Правильный ответ: B) Удобство и быстрая доставка**

**19. Что означает DBS в логистических схемах маркетплейсов?**

- A) Direct Business Sales
- B) Delivery by Seller
- C) Digital Business System
- D) Distribution by Service

**Правильный ответ: B) Delivery by Seller**

**20. Главный фактор успеха товара на маркетплейсе в условиях высокой конкуренции:**

- A) Самая низкая цена
- B) Комплексная оптимизация: SEO + качество + сервис
- C) Большой рекламный бюджет
- D) Уникальный дизайн упаковки

**Правильный ответ: B) Комплексная оптимизация: SEO + качество + сервис**

**Критерии оценки: 1 балл за каждый вопрос теста**

### **3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Кейс 1: Вывод нового товара на маркетплейс с нуля**

**Описание ситуации:**

Компания "ЭкоДом" производит экологически чистые товары для дома и планирует запустить новую линейку бамбуковых кухонных принадлежностей на маркетплейсах. У компании есть готовый к продаже товар, но нет опыта работы с торговыми площадками. Бюджет на запуск составляет 300 000 рублей на первые 3 месяца.

## **Задание:**

### **1. Исследование рынка и конкурентов (25 баллов):**

- Проанализируйте конкурентную среду в категории "товары для кухни" на трех основных маркетплейсах
- Определите среднюю цену, уровень насыщенности рынка и топ-5 конкурентов
- Выявите свободные ниши и возможности позиционирования
- Оцените сезонность спроса на данную категорию товаров

### **2. Выбор маркетплейсов и логистической модели (25 баллов):**

- Сравните условия работы на Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет
- Рассчитайте полную стоимость продаж по схемам FBO и FBS для каждой площадки
- Обоснуйте выбор оптимальной схемы работы
- Составьте план поэтапного выхода на маркетплейсы

### **3. Создание и оптимизация товарных карточек (30 баллов):**

- Соберите семантическое ядро для товарной категории (минимум 50 ключевых слов)
- Создайте оптимизированные названия товаров и описания
- Разработайте план фотосъемки товаров (техническое задание фотографу)
- Определите необходимые характеристики и атрибуты товаров

### **4. Маркетинговая стратегия и бюджетирование (20 баллов):**

- Распределите бюджет между рекламными инструментами каждого маркетплейса
- Составьте план рекламных кампаний на первые 3 месяца
- Определите KPI для оценки эффективности запуска
- Спрогнозируйте объем продаж и точку окупаемости

## **Ожидаемый результат:**

Комплексная стратегия запуска товара, включающая:

- Презентацию с анализом рынка и обоснованием решений

- Готовые тексты для карточек товаров
- Медиаплан с распределением рекламного бюджета
- Финансовую модель с прогнозом продаж на 6 месяцев

#### **Критерии оценки:**

- Глубина анализа рынка и конкурентов - 30%
- Обоснованность выбора стратегии - 25%
- Качество SEO-оптимизации карточек - 25%
- Реалистичность финансовых прогнозов - 20%

### **Кейс 2: Оптимизация работы действующего продавца на маркетплейсах**

#### **Описание ситуации:**

ИП Петров продает спортивную одежду на Wildberries и Ozon уже 8 месяцев. Текущие показатели: средний месячный оборот 2,5 млн рублей, маржинальность 15%, но конверсия падает с 8% до 4% за последние 3 месяца. Основные проблемы: высокий процент возвратов (25%), низкие позиции в поиске, растущие расходы на рекламу.

#### **Задание:**

- 1. Диагностика текущего состояния (20 баллов):**
  - Проанализируйте основные метрики эффективности продавца
  - Выявите причины роста возвратов и снижения конверсии
  - Оцените качество текущих карточек товаров (SEO, фото, описания)
  - Проанализируйте структуру рекламных расходов и их эффективность
- 2. Аудит ассортимента и ценообразования (25 баллов):**
  - Проведите ABC-анализ товарного портфеля
  - Выявите неэффективные товарные позиции
  - Сравните цены с основными конкурентами
  - Предложите оптимизацию ассортиментной матрицы
- 3. План оптимизации операционных процессов (35 баллов):**

- Разработайте план по снижению возвратов (работа с размерными сетками, улучшение фото)
- Предложите стратегию улучшения рейтинга и отзывов
- Оптимизируйте карточки товаров для повышения конверсии
- Пересмотрите рекламную стратегию для снижения стоимости привлечения клиентов

#### **4. Планы расширения и масштабирования (20 баллов):**

- Оцените возможности выхода на новые маркетплейсы
- Предложите стратегию увеличения среднего чека
- Разработайте план внедрения омниканальных продаж
- Составьте roadmap развития на следующие 12 месяцев

#### **Ожидаемый результат:**

Комплексный план оптимизации, включающий:

- Детальную диагностику с выявленными проблемами
- Пошаговый план улучшений с временными рамками
- Обновленные карточки ТОП-10 товаров
- Финансовый прогноз результатов оптимизации

#### **Критерии оценки:**

- Точность диагностики и выявления проблем - 25%
- Практичность и применимость предложенных решений - 30%
- Качество оптимизации карточек товаров - 25%
- Обоснованность финансовых прогнозов - 20%

#### **Дополнительные материалы для выполнения кейсов:**

- Используйте реальные данные из открытых аналитических сервисов (MPSTATS, Seller24, и др.)
- Изучите актуальные требования маркетплейсов к карточкам товаров
- Применяйте лучшие практики успешных продавцов из кейсов и интервью

- Учитывайте сезонные факторы и праздничные периоды в планировании
- Обосновывайте решения реальными данными о трендах и поведении покупателей.

**Критерии оценки: 5 баллов – правильно решенное практическое задание.**

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

|                                              |         |                     |
|----------------------------------------------|---------|---------------------|
| <b>доцент</b>                                |         | <b>Абуева М.М.</b>  |
| Должность, БУП                               | Подпись | Фамилия И.О.        |
| <b>РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:</b>                     |         |                     |
| Заведующий кафедрой<br>цифрового менеджмента |         | <b>Назюта С. В.</b> |
| Наименование БУП                             | Подпись | Фамилия И.О.        |

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

|                                              |         |                        |
|----------------------------------------------|---------|------------------------|
| <b>Зав.кафедрой прикладной<br/>экономики</b> |         | <b>Островская А.А.</b> |
| Должность, БУП                               | Подпись | Фамилия И.О.           |