ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сведения о сертификате ЭП

Сертификат: 4187300118CCB3606C1AF1554B071263
Владелец: Бабин Владислав Николаевич
Действителен: с 08.12.2025 г. по 03.03.2027 г.

ФГБОУ ВО Университет биотехнологий

Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № ЦИИ.03-67 0,0/3
«20» 01 2026г.

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «15» 01 2026 г. № 8
Заведующий кафедрой управления и отраслевой экономики
_____ Н.А. Щербакова
(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ДВ.07.02 Управление бизнесом в условиях цифровизации
Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент
Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг
Направленность (профиль)

Новосибирск 2026

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
Оценка по пятибалльной системе	
«*Отлично*»	«*Высокий уровень*»
«*Хорошо*»	«*Повышенный уровень*»
«*Удовлетворительно*»	«*Пороговый уровень*»
«*Неудовлетворительно*»	«*Не достаточный*»
Оценка по системе «зачет – незачет»	
«*Зачтено*»	«*Достаточный*»
«*Не зачтено*»	«*Не достаточный*»

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов (https://edubiotech.ru/file/403: режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (https://edubiotech.ru/file/104821: режим доступа свободный).

Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины микроэкономики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Введение в дисциплину «Управление бизнесом в условиях цифровизации»	ПК-4	Коллоквиум
2	Современные подходы к управлению в условиях цифровизации		Доклады, тест
3	Цифровые технологии как современные инструменты развития бизнеса		Доклады, тест
4	Управление данными и цифровая трансформация предприятия		Коллоквиум
5	Особенности применения цифровых технологий в агробизнесе		Деловая игра
6	Цифровые платформы как инструмент управления бизнес-процессами в АПК		Доклады, тест
7	Экономическая эффективность использования цифровых технологий в управленческой деятельности в АПК		Комплект задач
8	Подготовка контрольной работы, зачет		Темы контрольных работ, вопросы к зачету

ВВЕДЕНИЕ

Разработанный фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Управление бизнесом в условиях цифровизации» представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (КИМ), предназначенных для измерения уровня достижения студентом необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

В ФОС входят оценочные средства текущего контроля успеваемости и оценочные средства промежуточной аттестации студентов, соответствующие требованиям рабочей программы реализуемой учебной дисциплины на каждом этапе обучения.

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Тема 1. Введение в дисциплину «Управление бизнесом в условиях цифровизации»

Вопросы для коллоквиума:

1. Роль цифровизации (цифровой трансформации) компании в современных условиях.
2. Ключевые направления цифровизации деятельности коммерческого предприятия.
3. Механизмы (способы) решения проблем, возникающих в процессе цифровизации компании и управления таким предприятием.
4. Ключевые угрозы для компаний в сфере цифровизации (цифровой трансформации) и способы их устранения.
5. Актуальный отечественный и зарубежный опыт цифровизации бизнеса.
6. Отличие механизмов и алгоритмов управления в «традиционной» и «цифровой» компании.
7. Сущность и содержание понятия IT-менеджмент.
8. Особенности процесса управления информационными ресурсами и технологиями в соответствии с потребностями предприятия и с учетом приоритетных бизнес-задач.

Критерии оценки результатов устного ответа, обучающегося:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он прослеживает связь между теорией и практикой, владеет терминологией;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает поверхностными знаниями;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тема 2. Современные подходы к управлению в условиях цифровизации

Темы для докладов:

1. Виды и назначение цифровых бизнес-моделей, особенности их внедрения в коммерческую деятельность компании.
2. Современные цифровые продукты, порядок вывода их на рынок и внедрения в бизнес.
3. Специфика организации цифровых бизнес-процессов в компании: ресурсы, затраты, порядок, результаты.
4. Структура, цели, задачи и виды цифровых экосистем.
5. Механизмы и способы управления цифровыми бизнес-моделями, цифровыми бизнес-процессами и цифровыми экосистемами.
6. Предпосылки к возникновению концепции Real Time Enterprise, проблемы управления предприятием в режиме реального времени.
7. Наиболее успешные примеры внедрения в деятельность компаний цифровых продуктов, цифровых бизнес-моделей, цифровых бизнес-процессов и цифровых экосистем в отечественной и зарубежной практике.

Критерии оценки результатов устного ответа, обучающегося:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он прослеживает связь между теорией и практикой, владеет терминологией;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает поверхностными знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тестовые задания:

1. Цепочка создания ценности – это:

а) совокупность экономических процессов в сфере маркетинга, направленная на повышение ценности товара или услуги в глазах потребителя;

б) бизнес-модель, которая описывает полный спектр действий, необходимых для создания продукта или услуги, включающая в себя все этапы от разработки его концепции до реализации его потребителям;

в) элемент распределительной деятельности, в рамках которой стоимость товара при движении по цепи посредников постепенно возрастает;

г) доработка (улучшение) товара или услуги, направленное на его ребрендинг и повышение его стоимости с целью повторного выхода на рынок и увеличения объемов продаж;

2. «Цифровой двойник» используется для:

а) создания резервного хранилища цифровых данных;

б) оптимизации управленческой деятельности в условиях цифровизации;

в) разработки новых и инновационных цифровых бизнес-моделей;

г) обеспечения безопасности программного обеспечения компании;

3. Под цифровым продуктом понимают:

а) товар или услугу, которая может быть оцифрована (представлена в цифровой форме) и передана (перемещена) через цифровую сеть;

б) комплект ПЭВМ, предназначенный для разработки программного обеспечения и его последующей реализации;

в) вещественные товары и услуги, которые реализуются посредством продажи в сети Интернет;

г) систему электронного документооборота компании;

4. В основе цифровой экосистемы лежит:

а) система коммуникации внутри цифровой компании, основанная на конструктивных взаимоотношениях между сотрудниками;

б) совокупность программно-аппаратных средств, обеспечивающих непрерывный обмен информации между руководством и сотрудниками компании;

в) экологическая составляющая коммерческой деятельности, связанных с обеспечением сотрудников улучшенными условиями труда;

г) кооперация компании со своими контрагентами и клиентами посредством перевода взаимодействия с ними в сферу цифровых услуг;

5. Ключевой опасностью концепции «неограниченной информированности» является:

а) принятие неверных управленческих решений;

б) отвлечение сотрудников компании от выполнения функциональных обязанностей;

в) утечка данных о деятельности компании;

г) утрата экономического потенциала компании;

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы более чем на 80% тестовых заданий;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 60-79% тестовых заданий;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 50-59% тестовых заданий;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 50% тестовых заданий.

Тема 3. Цифровые технологии как современные инструменты развития бизнеса

Темы для докладов:

1. Возможности основных WEB-сервисов поддержки принятия решений на современном этапе.
2. История развития и применения в бизнесе чат-ботов.
3. Ключевые особенности цифрового управления трудовыми ресурсами и человеческим капиталом.
4. Преимущества и недостатки внедрения в деятельность компании режима удаленной работы.
5. Наиболее успешные примеры использования российскими и зарубежными компаниями социальных сетей для развития бизнеса.

Критерии оценки результатов устного ответа, обучающегося:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он прослеживает связь между теорией и практикой, владеет терминологией;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает поверхностными знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тестовые задания:

1. К необходимым компонентам WEB-сервисов поддержки принятия решений НЕ относится:

а) простой и доступный интерфейс, понятный пользователю, не имеющему дополнительных знаний и навыков в теории принятия решений;

б) гибкий и понятный функционал, позволяющий формировать альтернативы решений и осуществлять выбор;

в) комплект программ-приложений, позволяющих оценивать экономическую эффективность принимаемых решений;

г) возможность одновременно принимать решения по нескольким областям, в рамках одного сервиса;

2. Чат-боты – это:

а) специальные программы учета материальных средств на всех этапах от поступления и хранения до их расходования;

б) роботизированная программа, отслеживающая активность интернет-пользователей без общения с ними;

в) специалисты компании, выделенные для общения с потенциальными клиентами посредством телефонной, либо интернет связи;

г) специальные программы, осуществляющие интернет-общение с одним или несколькими пользователями, используя искусственный интеллект;

3. Концепция HR-Digital подразумевает применение цифровых технологий в управлении:

а) человеческими ресурсами;

б) материальными ресурсами;

в) финансовыми ресурсами;

г) природными ресурсами;

4. Использование электронных и цифровых социальных сетей для развития бизнеса прежде всего подразумевает:

а) заключение договора с владельцем сети об организации бизнеса;

б) создание собственной страницы или группы пользователей;

в) поиск бизнес-процессов исходя из цели функционирования компании;

г) наличие специальных программ-приложений, направленных на активизацию бизнеса;

5. В основе цифровых сетевых процессов лежит принцип:

а) адекватности;

б) «сигнал-реакция»;

в) сокращения временных затрат;

г) низкой стоимости;

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы более чем на 80% тестовых заданий;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 60-79% тестовых заданий;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 50-59% тестовых заданий;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 50% тестовых заданий.

Тема 4. Управление данными и цифровая трансформация предприятия

Вопросы для коллоквиума:

1. Основные свойства цифровой информации и их влияние на процесс управления в компании.
2. Сущность концепции управления данными (DM, Data Management) и содержание основных этапов ее организации в компании.
3. Сущность и содержание системы управления цепями поставок (SCM, Supply Chain Management).

4. Сущность и содержание системы управления взаимоотношений с поставщиками (SRM, Supply Relationship Management).
5. Сущность и содержание системы планирования ресурсов предприятия (ERP, Enterprise Resource Planning).
6. Сущность и содержание системы управления информационными активами компании (DG, Data Governance).

Критерии оценки результатов устного ответа, обучающегося:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он прослеживает связь между теорией и практикой, владеет терминологией;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает поверхностными знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тема 5. Особенности применения цифровых технологий в агробизнесе

Условия деловой игры:

1. Руководитель агрохолдинга, специализирующегося на производстве и переработке зерновых культур (роль исполняет преподаватель), планирует оптимизировать деятельность предприятия в указанной сфере, а также рассматривает вопрос расширения бизнеса, связанного с разведением крупного рогатого скота и открытием молочной фермы.

Для решения указанных вопросов, руководитель агрохолдинга пригласил представителей различных коммерческих компаний, специализирующихся на внедрении цифровых технологий в производственную деятельность АПК, на совместное совещание, на котором планируется заслушать их предложения и определить наиболее оптимальные решения для своего предприятия.

2. Студенты делятся на 5 групп (исходя из численности учебной группы), выступают в роли представителей коммерческих компаний, специализирующихся на внедрении цифровых технологий в производственную деятельность АПК и готовят соответствующие предложения (в виде презентации) по внедрению предлагаемых ими цифровых продуктов с экономическим обоснованием проводимых мероприятий. Вид и цифровую специализацию своей компании студенты определяют самостоятельно.

3. На выступление студентам (представителям групп) отводится до 10 минут, после чего проводится обсуждение представленного материала (5-7 минут).

4. Справочная информация: общая площадь обрабатываемых агрохолдингом земель – 12 000 га, в состав холдинга входят:

- парк автотракторной и сельскохозяйственной техники в количестве 45 единиц, в том числе 19 тракторов, не оснащенных какими-либо информационными технологиями;

- мельница, перерабатывающей мощностью 75 тонн зерна в сутки;

- хлебозавод, производственной мощностью 30 тонн хлебобулочных изделий в сутки;

- 8 собственных торговых точек сбыта произведенной продукции;

Ежегодная прибыль агрохолдинга в среднем составляет от 45 до 48 млн. рублей, наибольшие затраты агрохолдинга – эксплуатация автотракторной техники, закупка энергоносителей, оплата труда.

Критерии оценки результатов деловой игры, обучающихся:

- оценка «отлично» выставляется студентам одной группы если: подготовленные материалы (не менее 20 слайдов) полностью раскрывают механизм функционирования конкретной технологии, направленной на повышение эффективности управления бизнесом в условиях цифровизации производственной деятельности, содержат точные данные о стоимости предлагаемых услуг, включая экономическое обоснование и сроки их внедрения, материал излагается аргументировано и логически последовательно, на вопросы даются правильные и обоснованные ответы, руководитель агрохолдинга[1] принял предложение конкретной компании в качестве приоритетного и готов заключить с ними контракт на внедрение предлагаемых ими услуг.

- оценка «хорошо» выставляется студентам одной или нескольких групп если: подготовленные материалы (не менее 15 слайдов) раскрывают механизм функционирования предлагаемой технологии, направленной на повышение эффективности управления бизнесом в условиях цифровизации производственной деятельности, опосредованно, содержат общие (не полные) данные о стоимости предлагаемых услуг, включая экономическое обоснование и сроки их внедрения, при этом показаны хорошие умения теоретически обосновывать высказываемые положения, руководитель агрохолдинга принял решение оставить предложение в качестве резервного.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студентам одной или нескольких групп если: подготовленные материалы (менее 10 слайдов) раскрывают механизм функционирования предлагаемой технологии, направленной на повышение эффективности управления бизнесом в условиях цифровизации производственной деятельности, лишь частично, содержат краткие данные о стоимости предлагаемых услуг, отсутствует экономическое обоснование проводимых мероприятий, мысли излагались недостаточно четко и без должной логической последовательности, руководитель агрохолдинга принял решение отказаться от предлагаемых услуг.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студентам одной или нескольких групп если: материалы к занятию не подготовлены, презентация и доклад отсутствует.

Тема 6. Цифровые платформы как инструмент управления бизнес-процессами в АПК

Темы для докладов:

1. Экономический потенциал использования цифровых платформ в бизнесе.

[1] В качестве руководителя Агрохолдинга выступает преподаватель.

2. Виды и содержание бизнес-процессов в АПК, управляемых с использованием цифровых платформ.
3. Основные российские и зарубежные цифровые платформы, используемые в интересах развития бизнес-процессов в АПК и их возможности.

Критерии оценки результатов устного ответа, обучающегося:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он прослеживает связь между теорией и практикой, владеет терминологией;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он затрудняется ответить на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает поверхностными знаниями;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает основных терминов, категорий и законов.

Тестовые задания:

1. Цифровая платформа – это:

а) участок интернет-пространства, на котором функционирует и к которому привязана система обмена данными между пользователями;

б) совокупность технических средств (ПЭВМ и серверов), обеспечивающая возможность сбыта и приобретения сельскохозяйственной продукции;

в) юридическое лицо, оказывающее услуги пользователям по предоставлению доступа к информации и информационным ресурсам сети Интернет;

г) информационная система, обеспечивающая многосторонние взаимодействия пользователей по обмену информацией, материальными и финансовыми ресурсами;

2. Цифровые платформы в АПК способствуют:

а) развитию инновационных бизнес-моделей, формированию цифровой инфраструктуры рынков для взаимодействия производителей и потребителей продукции АПК без посредников, повышают прозрачность финансовых операций;

б) быстрому обмену информацией между различными государственными структурами в системе контроля за деятельностью АПК;

в) оптимизации государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей, в том числе с позиции определения количественных характеристик выделяемых финансовых средств;

г) развитию интернет-сегмента в АПК, повышению уровня информационного обеспечения сельского населения;

3. Какие критерии наиболее полно раскрывают содержание понятия «цифровая платформа»?

а) снижение объема документооборота; быстрота доступа к информации; повышенная эффективность принимаемых решений; прозрачные механизмы управления;

б) алгоритмизация взаимодействия; взаимовыгодность отношений (принцип «win-win»); масштаб взаимодействия; наличие единой информационной среды; снижения транзакционных издержек;

в) оптимальность отношений производителей и потребителей продукции АПК, наличие единого доступа к информации; быстрота принятия решений;

г) использование комплекса ПЭВМ для доступа к информации; единый информационный массив; высокая скорость обработки данных; поиск и установление оптимальных контактов;

4. Цифровые платформы классифицируются на:

а) логистические, транзакционные, прикладные;

б) вертикальные; горизонтальные; зональные;

в) инструментальные, инфраструктурные, прикладные;

г) оптимизационные; взаимодействующие, поддерживающие;

5. В основе функционирования цифровой платформы лежит:

а) комплекс ПЭВМ, позволяющий обмениваться информацией и данными;

б) большие данные и интернет вещей;

в) электронные площадки и коммерческие предприятия, предоставляющие доступ к ним;

г) свободный и открытый доступ к информационным ресурсам;

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы более чем на 80% тестовых заданий;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 60-79% тестовых заданий;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на 50-59% тестовых заданий;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 50% тестовых заданий.

Тема 7. Экономическая эффективность использования цифровых технологий в управленческой деятельности в АПК

Комплект задач:

Задача 1. Руководитель сельскохозяйственного предприятия по производству свежих овощей поставил цель увеличить прибыль компании (Пр) от реализации продукции с использованием интернет-продаж на 42%.

Определите, какими при этом должны стать параметры CAC, НК, В и $Р_{пр}$, если в настоящий момент:

- затраты на привлечение новых клиентов ($З_{нк}$) составили 165 120 рублей (носят постоянный и неизменный характер);
- стоимость привлечения одного клиента (CAC) – 640 рублей;
- средний доход с одного клиента (ARPU) – 4300 рублей (носит постоянный и неизменный характер);
- затраты на сбыт произведенной продукции ($З_{сб}$) – 680 000 рублей (носят постоянный и неизменный характер).

По итогам задачи примите управленческое решение каким образом можно достичь полученных расчетным путем значений CAC и НК.

Задача 2. Определите сколько реальных покупателей (РП) было у сельскохозяйственной компании в отчетный период, если:

- возврат затрат на привлечение новых клиентов (РТ)– 2,5 месяца;
- ежемесячный доход с одного клиента ($Д_{к/м}$) – 6791,15 рублей;
- затраты на привлечение новых клиентов ($З_{нк}$) – 891 000 рублей;
- средний доход с одного клиента (ARPU) – 9150 рублей;
- средний доход с одного покупателя (ARPPU) – 50020 рублей;

Исходя из полученных данных примите управленческое решение каким образом можно расширить реальную клиентскую базу сельскохозяйственной компании.

Задача 3. АО «Новиковский мясокомбинат» провел исследование индекса лояльности клиентов (*NPS, Net Promoter Score*), в рамках которого провел опрос 900 респондентов.

Указанным респондентам был задан вопрос: «На сколько Вы порекомендуете продукцию АО «Новиковский мясокомбинат» своим близким, друзьям и знакомым по шкале от 1 до 10, где 0 – не рекомендую, а 10 – порекомендую в первую очередь?».

При этом, в качестве дополнительных аспектов респондентам было предложено оценить такие показатели как качество и вкус, ассортимент, цена, упаковку и хранение, а также такие продукты как колбаса копченая, колбаса вареная, сосиски и сардельки, мясные изделия и полуфабрикаты (рис. 1).

Определите индекс лояльности клиентов по каждой группе показателей и наименований продукции, на основании чего предложите комплекс управленческих решений по совершенствованию и развитию производства.

Рисунок 1 – Обобщенные данные результатов анкетирования 900 клиентов АО «Новиковский мясокомбинат»

На сколько Вы порекомендуете продукцию АО «Новиковский мясокомбинат» своим близким, друзьям и знакомым по шкале от 1 до 10, где 0 – не рекомендую, а 10 – порекомендую в первую очередь?

Показатель	Критики (0-6)	Нейтралы (7-8)	Промоутеры (9-10)
Качество/вкус	50	70	120
Ассортимент	30	30	90
Цена	60	80	140
Упаковка/хранение	20	100	110

Наименование продукции	Критики (0-6)	Нейтралы (7-8)	Промоутеры (9-10)
Колбаса копченая	30	40	100
Колбаса вареная	30	80	120
Сосиски и сардельки	40	40	100
Мясные изделия	20	50	80
Полуфабрикаты	50	60	60

Критерии оценки:

- оценка «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;

- оценка «хорошо» теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения ни одного из них не оценено максимальным числом баллов;

- оценка «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 учебные задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно содержат ошибки;

- оценка «неудовлетворительно» теоретическое содержание курса не освоено частично, 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.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Темы контрольных работ[2]

1. Предпосылки и основания для возникновения цифрового бизнеса и цифровизации компаний.
2. Наиболее успешные примеры цифровизации бизнеса в отечественной и зарубежной практике.
3. Отличие «цифрового» от «традиционного» управления компанией: алгоритмы и механизмы повышения эффективности управленческой деятельности.
4. IT-менеджмент как обязательный элемент современного управления в компании.
5. Цели, задачи, приоритеты и возможности цифрового управления компанией в условиях цифровой экономики.
6. Основные угрозы и проблемы управления бизнесом в условиях цифровизации, способы их устранения и преодоления.
7. Особенности реализации цифровых бизнес-моделей в деятельности компании на современном этапе.
8. HR-Digital: особенности управления человеческими и трудовыми ресурсами в условиях цифровизации.
9. Цифровая экосистема: трансформация внутренней среды компании для функционирования в условиях цифровой экономики.
10. Основные возможности и потенциал использования в бизнесе WEB-сервисов поддержки принятия решений.
11. История возникновения и развития системы управления цепями поставок (SCM, Supply Chain Management): наиболее успешные примеры ее применения в отечественном и зарубежном бизнесе.
12. История возникновения и развития системы управления взаимоотношений с поставщиками (SRM, Supply Relationship Management): наиболее успешные примеры ее применения в отечественном и зарубежном бизнесе.
13. История возникновения и развития системы планирования ресурсов предприятия (ERP, Enterprise Resource Planning): наиболее успешные примеры ее применения в отечественном и зарубежном бизнесе.
14. История возникновения и развития концепции «Data Governance».
15. История возникновения и развития концепции «Data Management».
16. Взаимосвязь цифровых продуктов и цепочек создания ценности.

---

[2] Контрольные работы исполняются студентами исходя из их порядкового номера по списку группы: например, Иванов И.И. – в списке группы под порядковым номером 7, следовательно, тема контрольной работы № 7 «Особенности реализации цифровых бизнес-моделей в деятельности компании на современном этапе». В случае если количество студентов в группе больше 30, то с порядкового № 31 нумерация контрольных работ повторяется – 1, 2 и т.д.

17. Наиболее успешные примеры организации цифровых бизнес-процессов в отечественной и зарубежной практике.
18. Особенности управленческой деятельности в режиме реального времени: наиболее успешные примеры в отечественной и зарубежной практике.
19. Особенности управления компанией в процессе цифровой трансформации.
20. Специфика управления цифровыми данными и принятия на основе их управленческих решений.
21. Социальные сети как механизм расширения и диверсификации бизнеса.
22. Особенности организации и управления режимом удаленной работы сотрудников.
23. Механизмы и алгоритмы принятия управленческих решений на основании цифровых данных.
24. Ключевые цифровые технологии, используемые в АПК.
25. Сущность и содержание точного (умного) сельского хозяйства.
26. Основные цифровые технологии, применяемые в точном земледелии и направления их развития на современном этапе.
27. Цифровые платформы как механизм взаимовыгодного взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей и потребителей продукции АПК: современные особенности, возможности и направления развития.
28. Возможности и угрозы использования цифровых платформ в бизнесе на современном этапе.
29. Экономические показатели и критерии эффективности функционирования и внедрения цифровых технологий в управленческой деятельности в АПК.
30. Наиболее успешные примеры внедрения и функционирования в отечественной практике цифровых технологий в управлении АПК (цифрового землепользования, умного поля, умного сада, умной теплицы, умной фермы).

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к ней и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Вопросы к зачету

1. Основные стадии цифровизации компании.
2. Цифровое управление как экономическая категория: основные подходы к определению понятия и их содержание.
3. Проблемы управления бизнесом в условиях цифровизации.
4. Понятие и содержание IT-менеджмента.
5. Цифровые продукты: определение, виды, классификация.
6. Цифровые бизнес-модели: сущность и содержание.
7. Цифровое управление цепочками создания ценности.
8. Цифровые бизнес-процессы: понятие, виды, особенности организации.
9. Цифровая экосистема: сущность и содержание.
10. Неограниченная информированность как механизм управления: возможности и угрозы.
11. Управление предприятием в режиме реального времени (Real Time Enterprise).
12. WEB-сервисы поддержки принятия решений: виды и возможности.
13. Сущность и содержание концепции HR-Digital.
14. Чат-боты: сущность и сферы применения в бизнесе.
15. Современные возможности организации бизнеса с использованием социальных сетей.
16. Сетевые процессы: сущность и сферы применения в бизнесе.
17. Особенности управленческой деятельности в условиях удаленной работы.
18. Виды и типология цифровых данных.
19. Сущность и содержание концепции «Data Governance».
20. Сущность и содержание системы управления цепями поставок (SCM, Supply Chain Management).
21. Сущность и содержание системы управления взаимоотношений с поставщиками (SRM, Supply Relationship Management).
22. Сущность и содержание системы планирования ресурсов предприятия (ERP, Enterprise Resource Planning).
23. Сущность и содержание концепции «Data Management».
24. Этапы и процессы цифровой трансформации предприятия и управления цифровыми данными.
25. Основные цифровые технологии, используемые в производственных бизнес-процессах в АПК.
26. Механизмы и алгоритмы принятия управленческих решений на основании цифровых данных.
27. Понятие и структурные элементы цифровой платформы.
28. Виды и особенности функционирования цифровых платформ.
29. Основные цифровые платформы, используемые в интересах развития АПК России.
30. Основные экономические показатели, характеризующие эффективность использования цифровых технологий в управленческой деятельности в АПК.

Критерии оценки:

– «зачтено» выставляется студенту, который твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу, без существенных неточностей отвечает на вопросы, владеет необходимыми навыками и приемами выполнения практических заданий.

– «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает принципиальные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.

ЗАДАНИЯ
ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задания для оценки уровня сформированности компетенции ПК-4:

Задание 1. Показатель CAC (Customer Acquisition Cost) отражает:

а) общую сумму доходов, полученных от вновь привлеченных пользователей;

б) общую сумму затраченных средств на приобретение новых клиентов;

в) среднюю сумму на привлечение каждого нового клиента;

г) время, затраченное на привлечение новых пользователей.

Ответ: в

Задание 2. Значения индекса лояльности клиентов NPS (Net Promoter Score) в диапазоне 7-8 баллов характеризуется как:

а) критики;

б) нейтралы;

в) промоутеры;

г) индекс рассчитывается только до 5 баллов включительно.

Ответ: б

Задание 3. Показатель LTV (Life Time Value) характеризует:

а) среднюю прибыль от всех клиентов компании;

б) прибыль от всех клиентов за месяц;

в) среднюю прибыль от одного клиента за все время сотрудничества;

г) прибыль, которую вы получаете от клиента за всё время сотрудничества с ним.

Ответ: г

Задание 4. Соотношение показателей LTV (Life Time Value) и CAC (Customer Acquisition Cost) как 3 к 1 показывает, что:

а) бизнес обречен на провал, если срочно не улучшить ситуацию;

б) затраты на привлечение клиентов практически не окупаются;

в) бизнес-модель работает продуктивно;

г) Ваш бизнес очень продуктивный, клиенты стоят недорого и приносят компании хорошую прибыль.

Ответ: в

Задание 5. Система SRM (Supply Relationship Management) – это:

а) система управления взаимоотношений с поставщиками;

б) система управления цепями поставок;

в) система планирования ресурсов предприятия;

г) система управления информационными активами компании.

Ответ: а

Задание 6. Показатель CPA (Cost Per Acquisition) показывает:
а) прибыль, полученную от одного клиента;
б) стоимость одного привлеченного клиента;
в) затраты на взаимодействие с одним клиентом;
г) затраты на удержание всех привлеченных клиентов.
Ответ: б

Задание 7. Показатель ARPU (Average Revenue Per Client) – это:
а) средний доход с привлеченного пользователя/клиента;
б) общий доход с привлеченного клиента за месяц;
в) средний доход от всех привлеченных клиентов;
г) средние затраты компании на привлечение клиентов.
Ответ: а

Задание 8. Если при повышении цен, показатель ARPU (Average Revenue Per Client) снизился, то:
а) повышение цен было верной идеей;
б) повышение цен было ошибкой;
в) необходимо еще больше повысить цены;
г) цены и показатель ARPU никак не связаны.
Ответ: б

Задание 9. Дайте определение понятию «IT-менеджмент».
Ответ: ….

Задание 10. Раскройте сущность и содержание системы SCM (Supply Chain Management).
Ответ: ….

Задание 11. Назовите составляющие элементы цифровой экосистемы.
Ответ: ….

Задание 12. Раскройте понятие «цепочки создания ценности».
Ответ: ….

Задание 13. Перечислите основные экономические показатели, характеризующие эффективность использования цифровых технологий в бизнесе.
Ответ: ….

Задание 14. Назовите основные цифровые технологии, используемые в производственных бизнес-процессах в АПК.
Ответ: ….

Задание 15. Охарактеризуйте особенности функционирования цифровых платформ.

Ответ: ….

Задание 16. Назовите этапы цифровой трансформации предприятия.

Ответ: ….

Критерии оценки результатов:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.