



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Иркутский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ИГУ»)**

**Международный институт экономики и лингвистики
Кафедра социально-экономических и математических дисциплин**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине **Б1.В.09 «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**

направление подготовки **38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»**

профиль «Расчетно-экономический»

Иркутск, 2024

Одобен
УМК МИЭЛ

Разработан в соответствии с ФГОС ВО
ФГОС ВО 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 963, зарегистрированный в Минюсте России «25» августа 2020 г. № 59428

с учетом требований проф. стандарта
08.043 «Экономист предприятия», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 марта 2021 г. № 161н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 апреля 2021., регистрационный № 63289)
08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности» (утвержденная приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 июля 2019 г. № 409н)

Председатель УМК *Крайнова Е.В., зам. директора по учебной работе,
канд. филол. наук, доцент*



Разработчик *Горбунов Р. Н., преподаватель кафедры социально-экономических и математических дисциплин, канд. техн. наук*

подпись

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

Б1.В.09 Электронная коммерция

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль подготовки – «Расчетно-экономический»

1. Компетенции (индикаторы компетенций), формируемые в процессе изучения дисциплины (курс 3 семестр б)

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Индекс и содержание индикатора компетенций	Результаты обучения
ПК-2	Способен выполнять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности торговой организации.	ИДК ПК 2.1 Осуществляет расчет экономических показателей результатов деятельности торговой организации.	<i>Знать:</i> термины, понятия и суть основных проблем, рассматриваемых в курсе. <i>Уметь:</i> применять на практике полученные в ходе изучения курса знания. <i>Владеть:</i> навыками использования программных инструментальных средств для расчета экономических показателей результатов деятельности организации, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов, торговли на электронных аукционах.

2. Текущий контроль

2.1. Программа оценивания контролируемые компетенциями ОПК-1 и ОПК-3

Тема или раздел дисциплины	Код индикатора компетенции	Планируемый результат	Показатель	Критерий оценивания	Наименование ОС	
					ТК	ПА
1. Тема 1. Понятие и сущность электронной	ИДК ПК 2.1	Знает: Структуру рынка электронной	Владеет знаниями об истории электронно	Владеет навыками оценки изменений в экономике,	Устный опрос. Дискусси я. Доклад.	Зачет (вопросы в электронн ом

коммерции		коммерции. Умеет: Рассуждать о факторах снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Владеет: Методами анализа структуры рынка электронной коммерции.	й коммерции	вызванных появлением электронно й коммерции	Контроль ная работа.	тестирова нии)
2. Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном и потребительских секторах	ИДК ПК 2.1	Знает: Виды электронной коммерции. Умеет: Определять системы электронной коммерции в корпоративном и потребительских секторах. Владеет: Методами анализа системы электронной коммерции.	Владеет знаниями о системе электронной коммерции в секторе взаимодействия физически х лиц (С2С)	Владеет навыками оценки системы электронной коммерции в корпоративном секторе (В2В) ресурсов и системы электронной коммерции в потребительском секторе (В2С).	Дискуссия. Реферат. Контроль ная работа.	Зачет (вопросы в электронном тестировании)
3. Тема 3. Концепция электронного правительства . Киберпреступность. Перспективы электронной	ИДК ПК 2.1	Знает: Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и	Владеет знаниями об явлении «киберпреступность» и способах борьбы с ней	Владеет навыками создание интернет-магазина и сайта.	Дискуссия. Реферат. Контроль ная работа.	Зачет (вопросы в электронном тестировании)

коммерции.		юридически х лиц с государство м. Умеет: Рассуждать о перспектив ах электронно й коммерции. Владеет: Методами анализа проблем создания электронног о правительст ва .				
------------	--	--	--	--	--	--

2.2. Характеристика оценочных материалов для обеспечения текущего контроля по дисциплине

Код индикатора компетенции	Планируемый результат	ОС ²	Содержание задания ³ /вопроса и т.д.
ИДК ПК 2.1	Знает: термины, понятия и суть основных проблем, рассматриваемых в курсе	Дискуссия. Реферат. Контрольная работа. Тест	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и предметная область электронной коммерции. 2. Перечислите основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции. 3. В чем отличие организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности? 4. Перечислите основные изменения механизмов проведения торговой операции в связи с внедрением технологий электронной коммерции. 5. Какую информацию обычно содержит электронный сертификат ЭЦП? 6. Перечислите факторы, определяющие развитие корпоративной электронной

			коммерции.
ИДК ПК 2.1	Умеет: применять на практике полученные в ходе изучения курса знания.	Дискуссия. Реферат. Контрольная работа. Тест	1. Задание по работе с сайтами «электронного правительства». 2. Опишите область применения технологий веб-служб. 3. Приведите сравнительную оценку собственноручной подписи, заверенной печатью, с цифровой подписью с точки зрения выполняемых ими функций.
ИДК ПК 2.1	Владеет: навыками использования программных инструментальных средств для расчета экономических показателей результатов деятельности организации, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов, торговли на электронных аукционах.	Дискуссия. Реферат. Контрольная работа. Тест	1. Задание по созданию сайта/интернет-магазина. 2. Дайте краткую характеристику стандарта «Открытые приобретения в Интернете» (ОВИ).

Оценочные средства для текущего контроля (пример)

Внеаудиторная самостоятельная работа

№ 1 Тема работы: Реферат

Цель работы: Научиться искать материал по заданной теме, обрабатывать и анализировать его.

Норма времени на выполнение: 15 ч.

Форма представления выполненной работы: Реферат

Информационные источники: учебные материалы, интернет-источники.

Содержание работы: защита реферата, написанного по предложенным темам:

1. Industry 4.0 – четвёртая промышленная революция
2. Цифровая экономика в России. Основные понятия, состояние и перспективы развития.
3. Состояние и перспективы развития Е-коммерции за рубежом
4. Модели B2C и B2B
5. Системы Е-коммерции в секторах G2C и G2B в России
6. Платежные системы электронной коммерции
7. Электронная цифровая подпись
8. Криптовалюты и криптокошельки

9. Технология блокчейн
10. Internet: новые возможности для бизнеса
11. Web-сайт как инструмент электронной коммерции
12. Контрактная система в сфере госзакупок
13. Бизнес-логистика в режиме Интернета
14. Интернет-магазины. Интернет-аукционы
15. Маркетплейс – агрегатор предложений разных продавцов.
16. Электронная коммерция в страховании и инвестировании
17. Электронная коммерция в банковской сфере
18. Рынок информационных продуктов
19. Электронная коммерция в туризме
20. Интернет вещей
21. Мобильная коммерция.
22. Маркетинг в Интернете
23. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции
24. Налогообложение в электронной коммерции
25. Эффективность электронной коммерции
26. Экономика совместного потребления (P2P)
27. Электронная розничная торговля в мире и России
28. Дистанционное образование

Критерии оценки выполнения письменной самостоятельной работы:

Отметка «5» - работа выполнена в полном объеме; учтены все требования к данной работе; самостоятельно поставлены цели и задачи работы, соответствующие заданной теме/проблеме; получены результаты в соответствии с поставленной целью; работа оформлена аккуратно и грамотно.

Отметка «4» - выполнены требования к отметке «5», но были допущены два-три недочета; не более одной негрубой ошибки и одного недочета.

Отметка «3» - работа выполнена не в полном объеме, но объем выполненной части работы позволяет получить часть результатов в соответствии с поставленной целью.

Отметка «2» - работа выполнена не полностью и объем выполненной части работы не позволяет получить никаких результатов в соответствии с поставленной целью.

№ 2 Тема работы: Подготовка к практическим занятиям

Цель работы: Научиться работать к лекционным и научным материалом для подготовки к практическим занятиям.

Норма времени на выполнение: 25 ч

Форма представления выполненной работы: ответы на семинарах, участие в дискуссиях.

Информационные источники: учебные материалы, интернет-источники.

Содержание работы: заполнение тетради определениями экономических терминов.

Критерии оценки выполнения письменной самостоятельной работы:

Отметка «5» - дает ответы на все заданные вопросы по теме семинара.

Отметка «4» - выполнены требования к отметке «5», но были допущены два-три недочета; не более одной негрубой ошибки и одного недочета.

Отметка «3» - ответы даются не в полном объеме и с ошибками.

Отметка «2» - ответы не даются.

Практическое занятие №1

Тема работы: История развития электронной коммерции

Цель работы: Освоить материал, заполнив таблицу.

Оборудование, материалы: Ноутбук, проектор.

Контрольные вопросы:

В чем особенности первого периода развития электронной коммерции?

Каков сегодняшний уровень развития электронной коммерции?

Каковы перспективы развития электронной коммерции?

Информационные источники: учебная литература, интернет-источники.

Приложения:

Таблица для заполнения

Период	Основные положения

Критерии оценивания работы:

Отметка «5» - таблица заполнена полностью.

Отметка «4» - таблица заполнена практически полностью.

Отметка «3» - таблица заполнена частично.

Отметка «2» - таблица не заполнена.

Все практические занятия проводятся по каждой теме лекционных занятий.

3. Промежуточная аттестация

По дисциплине **Б1.В.09 «Электронная коммерция»** предусмотрены следующие формы промежуточной аттестации:

Очная форма обучения – **зачет**.

3.1. Оценка запланированных результатов по дисциплине

Код компетенции	Код оцениваемого индикатора	Результаты обучения	Показатели
ПК-2	ИДК ПК 2.1	Знает: термины, понятия и суть	Дает правильное определение понятиям

		основных проблем, рассматриваемых в курсе.	электронная коммерция, цифровая подпись, сайт, лендинг, посадочная страница и т.д.
	ИДК ПК 2.1	Умеет: применять на практике полученные в ходе изучения курса знания.	Создает сайт / интернет-магазин
	ИДК ПК 2.1	Владеет: навыками использования программных инструментальных средств для расчета экономических показателей результатов деятельности организации, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов, торговли на электронных аукционах.	Использует различные программы для создания сайта

3.2. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенции (индикатора) на этапе освоения дисциплины **Б1.В.09 «Электронная коммерция»**

Код компетенции или индикатора	Показатели и критерии оценки достижения освоения компетенции	
	Не зачтено	Зачтено
ИДК ПК 2.1	Знает: Не знает термины, понятия и суть основных проблем, рассматриваемых в курсе.	Знает: термины, понятия и суть основных проблем, рассматриваемых в курсе.
	Умеет: Не умеет применять на практике полученные в ходе изучения курса знания.	Умеет: применять на практике полученные в ходе изучения курса знания.
	Владеет: Не владеет навыками использования программных инструментальных средств для расчета экономических показателей результатов деятельности организации, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов, торговли на электронных аукционах.	Владеет: навыками использования программных инструментальных средств для расчета экономических показателей результатов деятельности организации, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов, торговли на электронных аукционах.

3.3 Оценочные материалы (средства), обеспечивающие диагностику сформированности компетенций (или индикаторов компетенций), заявленных в рабочей программе дисциплины (модуля)

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Мировой рынок информационных услуг (понятие, структура, основные сегменты).
2. Основные задачи коммерции. Способы и инструменты их решения. Основные этапы решения информационной задачи.
3. Производители информации. Гибкая система ценообразования.
4. Информационная система, автоматизированная информационная система, архитектура информационной системы, интерактивная информационная система, информационная сеть, информационная безопасность системы.
5. Информационное пространство, информационное наполнение, информационные ресурсы.
6. Профессиональные БД. Их основные отличия от БД, ориентированных на массового потребителя. Примеры профессиональных БД.
7. Интерактивный маркетинг (сущность, проблемы и перспективы).
8. Интернет-реклама (сущность, структура и основные понятия).
9. Основные виды Интернет-рекламы.
10. Основные ценовые модели в Интернет-рекламе.
11. Основные направления электронной коммерции.
12. Электронные платежи (сущность и содержание).
13. Общая схема и основные требования к системе электронных платежей.
14. Основные формы электронных платежей.
15. Электронная торговля. Основные модели электронной торговли.
16. Виртуальные электронные торговые площадки.
17. Виртуальные электронные магазины.
18. Онлайн-аукционы.
19. Интерактивные финансовые операции.
20. Мобильная торговля (сущность и содержание).
21. Интернет-логистика (сущность, основные понятия: материальный поток, материальные ресурсы, незавершенное производство, готовая продукция, логистические операции и логистические функции).
22. Логистическая система, звено логистической системы, логистическая цепь.
23. Логистические системы классов DRP II, MRP II, ERP.
24. Международная система обмена информацией.
25. Автоматизированные банки данных (определение, функции, составные части).
26. Администратор баз данных (понятие, основные функции).

- 27.Классификация информационных систем.
- 28.Жизненный цикл информационной системы.
- 29.Цели и задачи информационной системы.
- 30.Критерии оценки эффективности работы информационной системы.
- 31.Основные этапы проектирования, разработки и эксплуатации информационной системы.
- 32.Схема сбора, анализа и распространения информации
- 33.Структурированная информация (затраты на обновление, стоимость анализа информации).
- 34.Технологии организации распределенного обмена информацией.
- 35.Предмет, методы, основные принципы и нормы информационного права.
- 36.Система информационного законодательства России.
- 37.Права авторов, правообладателей и иных субъектов авторского права на программы для ЭВМ и базы данных.
- 38.Контрафактная продукция.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Иркутский государственный
университет»
(ФГБОУ ВО «ИГУ»)
Международный институт экономики
и лингвистики

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тест №1

Тестовое комплексное задание для контроля знаний по разделу
1.....

Инструкция:

Прежде чем приступить к выполнению тестового задания, внимательно прочитайте вопросы. Если Вы затрудняетесь ответить на вопрос, переходите к следующему, но не забудьте вернуться к пропущенному заданию.

Время выполнения теста – 45 мин.

Каждый правильный ответ на вопрос блока А оценивается в 1 балл;

Каждый правильный ответ на вопрос блоков Б и В – 1,5 балла;

Каждый правильный ответ на вопрос блоков Г и Д – 2 балла.

БЛОК А.

Выберите один правильный ответ и обведите его кружком:

1. Что не является составляющим элементом цифровой экономики:

1. Сети и системы телекоммуникаций
2. Кибербезопасность
3. Политика

2. Анализ сайтов конкурентов, как правило, необходим для:

1. Оценки эффективности их работы
2. Определения устойчивости их позиции на рынке
3. Сбора информации о количестве покупателей
4. Сбора информации для разработки собственного сайта

3. Совокупность информационных ресурсов, созданных субъектами информационной сферы, средств взаимодействия таких субъектов, их информационных систем и необходимой информационной инфраструктуры:

1. Информационное поле деятельности
2. Информационное пространство
3. Информационное общество

4. Укажите правильное утверждение:

1. В большинстве случаев баннерная реклама более эффективна, чем контекстная
2. Эффективность контекстной рекламы, как правило, выше баннерной
3. Если мы проводим контекстную рекламную кампанию, то баннерная нам не нужна

5. Какая особенность электронного взаимодействия характерна для взаимодействия g2b?

1. Преимущественное информационное взаимодействие
2. Поставка товаров через торги
3. Использование сайтов по типу интернет-витрин
4. Использование таргетированной рекламы

6. Какая особенность электронного взаимодействия характерна для взаимодействия b2g?

1. Преимущественное информационное взаимодействие
2. Поставка товаров через торги
3. Использование сайтов по типу интернет витрин
4. Использование таргетированной рекламы

7. При создании сайта интернет-магазина не рекомендуется:

1. Использовать четкие картинки

2. Размещать информацию о товарах на нескольких страницах сайта
3. Использовать интерактивных помощников
4. Размещать всю информацию (включая описание товаров) на одной странице

8. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.

1. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
2. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы
3. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте

9. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.

1. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
2. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
3. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
4. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

10. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.

1. Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину
2. Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google
3. Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт

4. Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

11. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом?

1. Да, конечно, иначе зачем осуществлять поисковую оптимизацию, если нет гарантии?

2. Нет, такие гарантии не могут быть даны, так как попадание в ТОП – вероятностное событие, которое зависит от многих факторов

3. Для некоторых поисковых запросов такая гарантия может быть дана, для некоторых других – нет.

12. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

1. Контекстная реклама

2. Работа с социальными сетями

3. Поисковая оптимизация

4. Баннерная реклама

13. Что такое контекстная реклама?

1. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей

2. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт

3. Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине

14. Укажите список, в котором подобраны наиболее эффективные запросы для проведения контекстной рекламной кампании интернет-магазина натуральной косметики.

1. Натуральная косметика, что такое натуральная косметика, где купить натуральную косметику, крем из натуральных ингредиентов, состав натуральной косметики

2. Купить крем, купить крем для лица в интернет-магазине, интернет-магазин натуральной косметики

3. Купить крем для лица в магазине натуральной косметики, интернет-магазин натуральной косметики Москва, купить натуральную косметику дешево, купить натуральную косметику с доставкой

15. Какой показатель контекстной рекламы характеризует работу рекламного агентства, если оно обязано только качественно настроить кампанию на стороне системы контекстной рекламы?

1. CPA
2. CTR
3. KPI
4. Процент отказов
5. Все эти показатели вместе

БЛОК Б. Выберите все правильные ответы и обведите их кружком:

16. К чему приводит использование адаптивной верстки на сайте? Укажите все возможные последствия использования этого типа верстки.

1. Сайт становится особенно привлекательным
2. Сайт корректно отображается на экране мобильного телефона
3. Страницы сайта становятся наиболее релевантными поисковым запросам
4. Сайт можно просматривать на ТВ-экране
5. Сайт не пессимизируется поисковыми машинами
6. Процент отказов снижается

17. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.

1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
2. Визиты
3. Процент отказов
4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
5. Отношение звонков с сайта к трафику
6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
7. Процент прироста трафика из органической выдачи

18. Какие технологии относятся к искусственному интеллекту?

1. обработка текста на естественном языке
2. лендинг
3. машинное обучение
4. экспертные системы
5. виртуальные агенты
6. системы рекомендаций

19. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.

1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику

2. Визиты
3. Процент отказов
4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
5. Отношение звонков с сайта к трафику
6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
7. Процент прироста трафика из органической выдачи

20. В техническом задании на создание сайта интернет-магазина необходимо четко указать:

1. Цветовую гамму и сочетание цветов
2. Макеты страниц
3. Какие элементы электронного взаимодействия должны быть использованы
4. Критерии оценки расположения элементов сайта

21. Существует несколько определений дополненной реальности: исследователь Рональд Азума в 1997 году определил её как систему, которая:

1. совмещает виртуальное и реальное.
2. взаимодействует в реальном времени.
3. работает в 3D.
4. передает информацию на большие расстояния.

БЛОК В.

Допишите определение:

22. _____, или цифровое воздержание – это идеология, социальная практика и формирующееся в настоящее время социальное движение, целью которого является достижение человеком осознанного контроля за своей жизнедеятельностью в пространстве медиакоммуникаций и в виртуальной реальности.

23. Вид аналога собственноручной подписи, являющийся средством защиты информации - _____.

24. «_____» - это системы комплексных технологических решений, обеспечивающие в кратчайшие сроки проектирование и производство глобально конкурентоспособной продукции нового поколения от стадии исследования и планирования, когда закладываются базовые принципы изделия, и заканчивая созданием цифрового макета, «цифрового двойника», опытного образца или мелкой серии («безбумажное производство», «всё в цифре»).

25. Технологии хранения и обработки информации на удаленных серверах - _____.

БЛОК Г.

Установите последовательность:

26. Этапы создания сайта:

1. Верстка.
2. Определение целей, задач интернет-проекта.
3. Программирование.
4. Изучение особенностей целевой аудитории.
5. Прототипирование.
6. Создание дизайнерского макета.
7. Составление техзадания.
8. Наполнение ресурса.

27. Расположите перечисленные социальные сети в хронологическом порядке их появления.

1. Мой Мир
2. Livejournal
3. .Linkedin
4. ВКонтакте.

БЛОК Д.

Установите соответствие:

28. Соотнесите характеристики больших данных с их описанием:

1. Разнообразие.
2. Достоверность.
3. Изменчивость.
4. Ценность.

А. Информация для анализа должна быть неподдельной, из надежных источников. Иначе результаты будут бесполезными.

Б. Любые цифровые форматы (анимация, фильмы, транзакции, аудиофайлы, показания сенсоров) могут быть упорядоченными или скапливаться хаотично.

В. Большинство данных поступают не последовательно, со спадами и всплесками.

Г. Чтобы оценить пользу данных, их делят на две категории. Важные и сложные — финансовая аналитика, показатели медицинских приборов, статистика населения, сигналы со спутников. Второстепенные и простые — фотографии из соцсетей, комментарии под видео, городской справочник.

29. Виды баннеров:

1. Тизер
2. Слайдер
3. Рич-медиа

А. видеоролик, который всплывает поверх контента страницы.

- Б. несколько креативов меняются по таймеру.
 В. броская картинка с шокирующим заголовком.

БЛОК Е.

Выполните задание (решите задачу) и внесите правильный ответ:

30. Если Число показов 1000, а Количество кликов 80, чему равно CTR?

Ответ: _____%.

Ключ к тесту №1 (разрабатывается обязательно)

Критерии оценивания теста (пример):

Отметка «зачтено» ставится при правильном выполнении 70% и более заданий теста.

Ключ к тесту

№	Ответ	№	Ответ
1	3	16	2, 3, 4, 5, 6
2	4	17	1, 3, 4, 5, 7
3	2	18	1,3 4, 5, 6
4	2	19	1, 3, 4, 5, 7
5	1	20	1, 2, 3
6	2	21	1, 2, 3
7	4	22	Медиааскетизм
8	2	23	Электронная цифровая подпись
9	2	24	Умная фабрика
10	1	25	Облачные технологии.
11	2	26	2, 4, 7, 5, 6, 1, 3, 8
12	3	27	4, 1, 2, 3
13	3	28	1Б, 2А, 3В, 4Г
14	3	29	1В, 2Б, 3А
15	2	30	8