

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 10:29:36
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.18 Цифровые коммуникации в малом бизнесе
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Управление малым бизнесом
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Яруничев Андрей Игоревич, преподаватель кафедры менеджмента
непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий
кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.18 Цифровые коммуникации в малом
бизнесе одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной
сферы Донецкого филиала РАНХиГС

протокол № 11 от «18» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01.18 Цифровые коммуникации в малом бизнесе обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
08.037 БИЗНЕС-АНАЛИТИК, утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.11.2023 №821н. D/01.6 Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей	ПК-1	Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	ПК-1.1	Осуществляет выявление, сбор и анализ информации для бизнес-анализа для формирования возможных решений	ПК-1.1. У-5 Умеет применять ИТ-инструменты (приложения и платформы) для обеспечения работ по бизнес-анализу ПК-1.1. 3-4 Знает перспективные и существующие цифровые технологии и цифровые возможности для бизнеса в контексте предметной области и специфики деятельности организации
08.018 СПЕЦИАЛИСТ ПО УПРАВЛЕНИЮ РИСКАМИ, утв. Приказом Министерства труда и	ПК-3	Способен консультировать и оказывать методологическую поддержку работникам организации в области управления	ПК-3.2	Создает каналы коммуникации для передачи и эскалации информации в области управления рисками представите	ПК-3.2. У-8 Умеет применять подходы безопасной работы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (защита персональных данных, антивирусная защита, информационная гигиена) ПК-3.2. У-9 Умеет управлять размещением цифровой информации, в том числе в

социально й защиты РФ 18.04.2025 №264н. D/04.6 Консульт ирование и методолог ическая поддержк а работнико в организац ии в области управлени я рисками		рисками		лям бизнес- процессов организации	дисковых хранилищах локальной и глобальной компьютерной сети ПК-3.2. У-10 Умеет формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации ПК-3.2. 3-12 Знает защиту персональных данных ПК-3.2. 3-13 Знает основы работы в операционных системах
---	--	---------	--	---	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

3,00 з.е., 108 ак. час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 60 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 20 ак. час на лекции и 40 ак. час на практические занятия. 19 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.01.18 Цифровые коммуникации в малом бизнесе реализуется на 4-ем курсе в 8-м семестре после изучения дисциплин:

- Общий менеджмент;
- Информационные технологии в профессиональной деятельности;
- Деловые коммуникации в управлении.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)						
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	Контроль	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Раздел 1. Теоретические основы и сбор данных в цифровых коммуникациях															
Тема 1.1	Понятие, структура и каналы цифровых коммуникаций в малом бизнесе	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	2	Доклад, Тестирование
Тема 1.2	Выявление и сбор информации для бизнес-анализа из цифровых каналов	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	2	Тестирование, Контрольное задание

Тема 1.3	Анализ информации для формирования возможных решений в малом бизнесе	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	2	Тестирование, Контрольное задание
----------	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------------

Раздел 2. Инструментарий и управление рисками в цифровых коммуникациях

Тема 2.1	Инструменты цифровых коммуникаций: мессенджеры, чат-боты, CRM-коммуникации	15	4	0	0	8	0	0	0	0	0	0	3	Тестирование, Контрольное задание
----------	--	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------------

Тема 2.2	Управление рисками в цифровых коммуникациях малого бизнеса	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	2	Тестирование, Контрольное задание
----------	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------------

Тема 2.3	Создание каналов эскалации информации по рискам для бизнес-процессов	16	4	0	0	8	0	0	0	0	0	0	4	Тестирование, Контрольное задание
----------	--	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------------

Раздел 3. Оценка эффективности и развитие системы цифровых коммуникаций

Тема 3.1	Мониторинг и оценка эффективности цифровых коммуникаций	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	2	Тестирование, Контрольное задание
----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------------------

Тема 3.2	Разработка системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса	8	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	2	Тестирование, Контрольное задание
Промежуточная аттестация		29	0	0	0	0	0	0	2	9	0	18	0	Экзамен
Итого		108	20	0	0	40	0	0	2	9	0	18	19	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы и сбор данных в цифровых коммуникациях

Тема 1.1. Понятие, структура и каналы цифровых коммуникаций в малом бизнесе. ПК-1.1, ПК-3.2

Рассматривается понятие цифровых коммуникаций как совокупности каналов и инструментов обмена информацией в малом бизнесе с клиентами, партнёрами и внутри организации. Анализируется структура цифровых коммуникаций: внешние (социальные сети, мессенджеры, email) и внутренние (корпоративные чаты, CRM-коммуникации, системы уведомлений). Изучаются особенности малого бизнеса, влияющие на выбор каналов: ограниченность бюджета, скорость принятия решений, близость к клиенту. Осваиваются критерии выбора каналов коммуникации в зависимости от целей (информирование, сбор обратной связи, эскалация проблем). Формируется навык составления карты цифровых коммуникаций для типового предприятия малого бизнеса.

Тема 1.2. Выявление и сбор информации для бизнес-анализа из цифровых каналов. ПК-1.1

Рассматриваются цифровые каналы как источники информации для бизнес-анализа: социальные сети (отзывы, упоминания), мессенджеры (обращения клиентов), email-рассылки (открытия, клики), чат-боты (история диалогов). Анализируются методы выявления релевантной информации: настройка ключевых слов, мониторинг упоминаний, сбор обратной связи. Изучаются инструменты автоматизации сбора: системы социального прослушивания, парсинг отзывов, выгрузки из CRM. Осваиваются принципы организации регулярного сбора данных из цифровых каналов для последующего анализа. Формируется навык настройки сбора информации из 2-3 цифровых каналов для конкретного бизнеса.

Тема 1.3. Анализ информации для формирования возможных решений в малом бизнесе. ПК-1.1

Рассматриваются методы анализа информации из цифровых каналов для выявления проблем и возможностей: частотный анализ обращений, тональность отзывов, выявление повторяющихся запросов. Анализируются подходы к формированию возможных решений на основе анализа: приоритизация проблем, генерация альтернатив, оценка влияния на бизнес-процессы. Изучаются инструменты визуализации результатов анализа для

представления владельцу малого бизнеса. Осваиваются методики перехода от анализа к конкретным управленческим решениям (улучшение продукта, изменение регламентов, обучение персонала). Формируется навык подготовки отчёта с рекомендациями на основе анализа цифровых коммуникаций.

Раздел 2. Инструментарий и управление рисками в цифровых коммуникациях

Тема 2.1. Инструменты цифровых коммуникаций: мессенджеры, чат-боты, CRM-коммуникации. ПК-1.1, ПК-3.2

Рассматриваются основные цифровые инструменты коммуникации в малом бизнесе: корпоративные и клиентские мессенджеры (Telegram, МАКС, ВК-Мессенджер), их возможности и ограничения. Анализируются чат-боты как инструмент автоматизации сбора информации и коммуникации: платформы для создания, сценарии использования, интеграция с CRM. Изучаются CRM-коммуникации: автоматические уведомления, рассылки, триггерные сообщения, история взаимодействия с клиентом. Осваиваются критерии выбора инструментов в зависимости от задач (продажи, поддержка, информирование о рисках) и бюджета малого бизнеса. Формируется навык настройки базового сценария коммуникации в мессенджере или чат-боте.

Тема 2.2. Управление рисками в цифровых коммуникациях малого бизнеса. ПК-3.2

Рассматриваются основные риски цифровых коммуникаций в малом бизнесе: репутационные (негативные отзывы, эскалация конфликтов), операционные (потеря информации, сбой каналов), информационной безопасности (утечка данных, перехват сообщений). Анализируются методы выявления рисков: мониторинг обращений, аудит каналов, анализ инцидентов. Изучаются способы минимизации рисков: регламенты ответов, резервные каналы, шифрование, обучение персонала. Осваиваются подходы к документированию рисков и их влияния на бизнес-процессы. Формируется навык составления реестра рисков цифровых коммуникаций для малого бизнеса.

Тема 2.3. Создание каналов эскалации информации по рискам для бизнес-процессов. ПК-3.2

Рассматривается понятие эскалации как процесса передачи информации о рисках на более высокий уровень управления для принятия решений. Анализируются виды эскалации: горизонтальная (между бизнес-

процессами) и вертикальная (от исполнителя к руководству). Изучаются каналы эскалации: автоматические уведомления в CRM, выделенные чаты, email-оповещения, дашборды показателей. Осваиваются принципы настройки триггеров эскалации: пороговые значения, критичность риска, временные рамки. Формируется навык проектирования системы эскалации для 2-3 бизнес-процессов малого бизнеса (например, работа с рекламациями, срывы поставок, инциденты в обслуживании).

Раздел 3. Оценка эффективности и развитие системы цифровых коммуникаций

Тема 3.1. Мониторинг и оценка эффективности цифровых коммуникаций. ПК-1.1, ПК-3.2

Рассматриваются показатели эффективности цифровых коммуникаций в малом бизнесе: скорость ответа, доля решённых обращений, удовлетворённость клиентов, затраты на канал. Анализируются методы мониторинга: регулярная выгрузка метрик из мессенджеров и CRM, опросы клиентов, аудит переписок. Изучаются инструменты сбора и визуализации показателей: дашборды в Excel/Google Sheets, встроенная аналитика инструментов. Осваиваются подходы к оценке эффективности эскалации: время реакции на риск, доля своевременно переданной информации. Формируется навык расчёта ключевых метрик для 1-2 цифровых каналов и подготовки отчёта для руководства.

Тема 3.2. Разработка системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса. ПК-1.1, ПК-3.2

Рассматривается комплексный подход к построению системы цифровых коммуникаций в малом бизнесе на основе ранее изученных тем. Анализируются этапы разработки: аудит текущих каналов, выявление потребностей бизнес-процессов, выбор инструментов, настройка сбора и анализа информации, проектирование эскалации по рискам. Изучаются типовые архитектуры систем для разных сегментов малого бизнеса (услуги, розница, b2b). Осваиваются методы оценки стоимости внедрения и поддержки системы, расчёт экономической эффективности. Формируется навык разработки концепции системы цифровых коммуникаций для выбранного типа малого бизнеса с обоснованием решений.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.18 Цифровые

коммуникации в малом бизнесе входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается 	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.01.15 Информационные технологии в рекламной деятельности сферы услуг используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, опрос, тестирование, контрольное задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Раздел 1. Теоретические основы и сбор данных в цифровых коммуникациях

Тема 1.1. Понятие, структура и каналы цифровых коммуникаций в

малом бизнесе. ПК-1.1, ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что такое цифровые коммуникации в контексте малого бизнеса?

- а) использование только электронной почты для общения с клиентами;
- б) совокупность каналов и инструментов обмена информацией с клиентами, партнёрами и внутри организации;
- в) продвижение бизнеса только через социальные сети;
- г) замена всех сотрудников чат-ботами.

Какой канал коммуникации относится к внутренним цифровым каналам малого бизнеса?

- а) группа компании в ВКонтакте;
- б) корпоративный чат в МАКС;
- в) email-рассылка клиентам;
- г) чат-бот на сайте.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие особенности малого бизнеса влияют на выбор цифровых каналов коммуникации?

- а) ограниченность бюджета на инструменты и персонал;
- б) наличие международных сертификатов качества;
- в) высокая скорость принятия решений;
- г) близость к клиенту и неформальность общения.

4. Какие критерии используются для выбора канала цифровой коммуникации в малом бизнесе?

- а) целевая аудитория клиентов;

- б) цветовая гамма бренда;
- в) скорость доставки сообщений;
- г) стоимость использования канала.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов составления карты цифровых коммуникаций малого бизнеса:

- а) нанесение каналов и информационных потоков на схему;
- б) определение целей коммуникации (информирование, сбор обратной связи, эскалация);
- в) идентификация участников коммуникации (клиенты, сотрудники, партнёры, руководство);
- г) выбор цифровых каналов под каждую цель и аудиторию.

Установите правильную последовательность действий при выборе канала коммуникации для решения конкретной задачи:

- а) оценка доступных каналов по стоимости и скорости;
- б) определение целевой аудитории и её предпочтений;
- в) выбор канала с оптимальным соотношением цены и эффективности;
- г) формулировка цели коммуникации (срочное информирование, сбор данных, поддержка).

Тема 1.2. Выявление и сбор информации для бизнес-анализа из цифровых каналов. ПК-1.1

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой метод сбора информации предполагает автоматический мониторинг упоминаний бренда в социальных сетях?

- а) ручной сбор отзывов;

- б) социальное прослушивание (social listening);
- в) анкетирование клиентов;
- г) анализ CRM-отчётов.

Что из перечисленного относится к ключевым словам для сбора информации о клиентском опыте?

- а) IP-адрес сервера;
- б) «дорого», «долго», «неудобно»;
- в) серийный номер продукта;
- г) код валюты.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие цифровые каналы являются источниками информации для бизнес-анализа в малом бизнесе?

- а) социальные сети (отзывы, комментарии);
- б) внутренние приказы директора;
- в) мессенджеры (история переписки с клиентами);
- г) чат-боты (логи диалогов).

Какие параметры необходимо настроить при организации сбора информации из цифровых каналов?

- а) период сбора данных;
- б) цвет интерфейса инструмента сбора;
- в) ключевые слова и фильтры;
- г) источники для мониторинга.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность действий при настройке сбора информации из цифровых каналов:

- а) настройка параметров сбора;
- б) определение целей сбора информации;

- в) запуск сбора и сохранение данных;
- г) выбор инструмента сбора под поставленные цели.

Установите правильную последовательность этапов обработки собранной из цифровых каналов информации:

- а) очистка от дублей и шума;
- б) выгрузка сырых данных из инструмента сбора;
- в) структурирование для последующего анализа;
- г) сохранение обработанных данных в хранилище.

Тест 4. Установите соответствие между термином, приводимым в столбце слева, и высказыванием (или определением) из правого столбца: к каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

№	Термин		Определение
1	Social listening	А	Автоматический сбор данных с веб-страниц по заданным правилам
2	Парсинг	Б	Система для мониторинга и анализа упоминаний бренда в соцмедиа
3	Ключевые слова	В	Систематическая ошибка в данных, связанная со способом их сбора
4	Выгрузка данных	Г	Набор слов и фраз для фильтрации информации при сборе
5	Очистка данных	Д	Процесс извлечения данных из инструмента в удобном формате
6	Дубликаты	Е	Процесс выявления и удаления ошибочных или неполных записей
7	Шум	Ж	Идентичные или почти идентичные записи в наборе данных
8	Смещение выборки	З	Нерелевантная информация, мешающая анализу
9	Период сбора	И	Временной интервал, за который производится сбор данных
10	Тональность	К	Эмоциональная окраска сообщения

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – термины; список 2 – определения.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1.

Владелец малого бизнеса (кафе с доставкой) хочет настроить сбор информации о клиентском опыте из цифровых каналов. Он определил следующие источники: отзывы в соцсетях (2 000 сообщений в месяц), комментарии в мессенджерах (1 500 сообщений), ответы в чат-боте (500 диалогов). Стоимость ручного сбора и обработки этой информации составляет 400 рублей в час, на обработку одного сообщения вручную уходит 1 минута. Автоматическая система социального прослушивания с функцией сбора и первичной обработки стоит 8 000 рублей в месяц.

Рассчитайте:

Сколько часов и рублей в месяц составит ручной сбор и обработка всей информации?

Какова экономия в рублях и процентах при использовании автоматической системы?

Какой вариант выгоднее для малого бизнеса, если в кафе работает один маркетолог с загрузкой 160 часов в месяц?

Задание 2.

Интернет-магазин товаров для дома собрал данные из чат-бота за месяц. Всего поступило 1 200 обращений. После очистки данных выявлено:

8% обращений — дубликаты (один клиент отправил несколько одинаковых сообщений)

12% обращений — спам и нерелевантные сообщения (шум)

5% обращений содержат ошибки в контактных данных

Для бизнес-анализа требуются только уникальные, релевантные обращения с корректными контактами.

Рассчитайте:

Сколько обращений останется после удаления дубликатов?

Сколько обращений останется после удаления шума (спама)?

Сколько обращений пригодно для бизнес-анализа (с учётом всех трёх критериев)?

Какой процент от исходного количества составляют пригодные для анализа обращения?

Тема 1.3. Анализ информации для формирования возможных решений в малом бизнесе. ПК-1.1

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой метод анализа позволяет выявить наиболее частые проблемы клиентов на основе обращений?

- а) регрессионный анализ;
- б) частотный анализ обращений;
- в) корреляционный анализ;
- г) SWOT-анализ.

Что означает «тональность» сообщения при анализе отзывов клиентов?

- а) громкость голоса в аудиосообщении;
- б) эмоциональную окраску (позитив, негатив, нейтраль);
- в) скорость написания сообщения;
- г) длину текста сообщения.

Тест 2.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие методы анализа информации из цифровых каналов применимы в малом бизнесе?

- а) частотный анализ ключевых слов;
- б) анализ тональности отзывов;
- в) квантовый анализ суперпозиции;
- г) выявление повторяющихся запросов.

Какие шаги входят в процесс формирования возможных решений на основе анализа данных?

- а) приоритизация выявленных проблем;
- б) игнорирование негативных отзывов;
- в) генерация альтернативных решений;
- г) оценка влияния решений на бизнес-процессы.

Тест 3.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов анализа информации из цифровых каналов:

- а) подготовка отчёта с выводами и рекомендациями;
- б) сбор и очистка данных из каналов;
- в) интерпретация результатов и выявление проблем;
- г) проведение анализа (частотный, тональности, группировка).

Установите правильную последовательность действий при формировании решений на основе анализа:

- а) оценка ресурсов, необходимых для реализации;
- б) приоритизация проблем по частоте и влиянию на бизнес;
- в) выбор решения для внедрения;
- г) генерация 2-3 альтернативных решений для каждой проблемы.

Тест 4. Установите соответствие между термином, приводимым в столбце слева, и высказыванием (или определением) из правого столбца: к каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

№	Термин		Определение
1	Частотный анализ	А	Процесс определения эмоциональной окраски текста
2	Тональность	Б	Выявление наиболее часто встречающихся слов или тем в обращениях

№	Термин		Определение
3	Приоритизация	В	Способность быстро менять процессы на основе полученных данных
4	Альтернатива	Г	Упорядочивание проблем по важности и срочности решения
5	Бенчмаркинг	Д	Сравнение своих показателей с конкурентами или лучшими практиками
6	Корреляция	Е	Возможный вариант решения проблемы из нескольких доступных
7	Инсайт	Ж	Статистическая взаимосвязь между двумя явлениями
8	Адаптивность	З	Неочевидное, но ценное знание, полученное из анализа данных
9	Метрика	И	Сообщение с ярко выраженным недовольством, требующее реакции
10	Негативный отзыв	К	Количественный показатель для измерения характеристик процесса

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – термины; список 2 – определения.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1.

Магазин детских товаров проанализировал 500 обращений клиентов из чат-бота за месяц. Распределение по темам:

Вопросы по доставке	200
Проблемы с качеством товара	120

Вопросы о возврате	100
Благодарности	50
Прочее	30

Из обращений о доставке 70% жалуются на долгую доставку (более 7 дней). Из обращений о качестве 60% связаны с браком игрушек.

Рассчитайте:

Долю каждой темы в процентах от общего числа обращений.

Количество обращений, связанных с проблемой долгой доставки.

Количество обращений, связанных с браком игрушек.

Какую проблему владельцу магазина стоит решать в первую очередь и почему?

Задание 2.

Салон красоты проанализировал тональность 300 отзывов в социальных сетях за квартал. Результаты:

Позитивные отзывы — 150

Негативные отзывы — 90

Нейтральные отзывы — 60

В негативных отзывах распределение проблем:

«Долгое ожидание записи» — 40% негативных отзывов

«Некачественная услуга» — 35% негативных отзывов

«Грубость персонала» — 25% негативных отзывов

Рассчитайте:

Долю позитивных, негативных и нейтральных отзывов в процентах.

Количество негативных отзывов по каждой проблеме.

Индекс удовлетворённости клиентов (CSAT) как долю позитивных отзывов.

Какие две проблемы требуют первоочередного решения?

Раздел 2. Инструментарий и управление рисками в цифровых коммуникациях

Тема 2.1. Инструменты цифровых коммуникаций: мессенджеры, чат-боты, CRM-коммуникации. ПК-1.1, ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой инструмент цифровых коммуникаций позволяет автоматизировать ответы на часто задаваемые вопросы клиентов в мессенджерах?

- а) CRM-система;
- б) чат-бот;
- в) email-рассылка;
- г) корпоративный портал.

Какая функция CRM-системы относится к коммуникационной?

- а) расчёт себестоимости продукции;
- б) автоматическое создание чат-бота;
- в) автоматическая отправка уведомлений клиентам по триггерам;
- г) генерация рекламных макетов.

Что из перечисленного является преимуществом использования мессенджеров для коммуникации с клиентами в малом бизнесе?

- а) обязательная юридическая регистрация каждого сообщения;
- б) высокая скорость доставки и открываемость сообщений;
- в) полное отсутствие спама;
- г) бесплатный доступ к любой базе клиентов.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие платформы наиболее популярны для создания чат-ботов в малом бизнесе?

- а) ManyChat;
- б) Adobe Photoshop;
- в) SendPulse;
- г) Microsoft Excel.

Какие сценарии использования чат-ботов наиболее эффективны в малом бизнесе?

- а) сбор контактных данных клиентов;
- б) автоматический ответ на частые вопросы (FAQ);
- в) проведение сложных переговоров с партнёрами;
- г) запись клиентов на услуги или консультацию.

Какие функции выполняют CRM-коммуникации для управления рисками?

- а) автоматическая эскалация проблемных обращений руководителю;
- б) создание рекламных креативов;
- в) отслеживание статуса обработки обращения;
- г) фиксация всех коммуникаций с клиентом для аудита.

Тест 3.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов настройки чат-бота для малого бизнеса:

- а) написание сценариев и ответов на частые вопросы (FAQ);
- б) определение целей внедрения чат-бота (сбор заявок, поддержка, информирование);
- в) интеграция чат-бота с CRM и мессенджерами;
- г) выбор платформы для создания чат-бота (ManyChat, SendPulse и др.).

Установите правильную последовательность действий при настройке триггерных уведомлений в CRM:

- а) определение события-триггера (заказ оформлен, статус изменён, проблема зафиксирована);
- б) выбор канала отправки уведомления (email, мессенджер, SMS);
- в) настройка текста сообщения для клиента или сотрудника;
- г) запуск и тестирование автоматической рассылки.

Установите правильную последовательность выбора инструмента цифровых коммуникаций для малого бизнеса:

- а) сравнение доступных инструментов по цене, функционалу и простоте использования;
- б) определение задач коммуникации (продажи, поддержка, информирование о рисках);
- в) оценка затрат на внедрение и поддержку выбранного инструмента;
- г) выбор инструмента с оптимальным соотношением цена/качество.

Тест 4. Установите соответствие между показателем и его характеристикой.

№	Термин		Определение
1	Чат-бот	А	Автоматическое сообщение, отправляемое при наступлении определённого события
2	Триггер	Б	Программа для автоматического общения с пользователями в мессенджерах и на сайтах
3	FAQ	В	Система управления взаимоотношениями с клиентами
4	CRM	Г	Событие, инициирующее автоматическое действие (отправку сообщения, уведомление)
5	Мессенджер	Д	Часто задаваемые вопросы и ответы на них
6	Триггерное уведомление	Е	Унифицированный номер для бизнес-коммуникации в мессенджерах
7	API	Ж	Программный интерфейс для обмена данными между различными системами
8	Сквозная аналитика	З	Приложение для обмена сообщениями
9	Воронка коммуникации	И	Объединение данных о коммуникациях и продажах в едином отчёте
10	WhatsApp Business API	К	Путь клиента от первого контакта до решения проблемы или покупки

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1. Магазин цветов внедряет чат-бот для обработки заказов в МАКС. Рассматриваются два варианта: готовый конструктор с подпиской 3 000 рублей в месяц (настройка 10 часов, ставка IT-специалиста 1 500 рублей в

час) и разработка индивидуального бота за 50 000 рублей (подписка 500 рублей в месяц). Ожидается, что бот будет обрабатывать 1 000 заказов в месяц. Без бота эти заказы обрабатывал бы оператор: 5 минут на заказ, ставка оператора 400 рублей в час.

Рассчитайте:

Затраты на обработку 1 000 заказов оператором за месяц.

Затраты на первый год использования (с учётом настройки) для каждого варианта.

Какой вариант выгоднее и на сколько рублей?

Задание 2. Фитнес-клуб настроил триггерные уведомления в CRM для снижения оттока клиентов. Установлены следующие правила:

Если клиент не посещал клуб 14 дней — отправить push-уведомление «Скучаем по вам, приходите!». Если клиент пропустил 3 тренировки подряд — отправить SMS с предложением персональной тренировки со скидкой 30%. Если клиент написал в чат-бот жалобу — эскалировать руководителю клуба в течение 1 часа.

За квартал система зафиксировала:

200 клиентов с пропуском 14 дней

50 клиентов с пропуском 3 тренировок подряд

15 жалоб в чат-боте

Рассчитайте:

Сколько уведомлений каждого типа отправлено за квартал.

Если 10% клиентов, получивших push-уведомление, вернулись в клуб, сколько возвратов обеспечено?

Если 20% клиентов, получивших SMS со скидкой, воспользовались предложением, сколько персональных тренировок продано?

Сколько инцидентов было эскалировано руководителю?

Тема 2.2. Управление рисками в цифровых коммуникациях малого бизнеса. ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой риск относится к репутационным рискам цифровых коммуникаций малого бизнеса?

а) сбой в работе интернет-провайдера;

б) публикация негативного отзыва клиента в социальных сетях,

получившая широкое распространение;

- в) утечка паролей сотрудников;
- г) превышение бюджета на рекламу.

Какой метод минимизации рисков предполагает наличие альтернативного способа связи на случай сбоя основного канала?

- а) резервирование каналов;
- б) шифрование сообщений;
- в) обучение персонала;
- г) регламентирование времени ответа.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие риски относятся к операционным рискам цифровых коммуникаций?

- а) потеря информации из-за сбоя в мессенджере;
- б) негативный отзыв в соцсетях;
- в) задержка передачи информации из-за перегрузки канала;
- г) подделка аккаунта компании злоумышленниками.

Какие методы помогают минимизировать риски информационной безопасности при цифровых коммуникациях?

- а) использование двухфакторной аутентификации в мессенджерах;
- б) публикация всех паролей в общем чате для всех сотрудников;
- в) регулярное обучение сотрудников правилам цифровой гигиены;
- г) шифрование переписки с клиентами.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов управления рисками цифровых коммуникаций:

- а) оценка вероятности и потенциального ущерба;
- б) мониторинг и пересмотр рисков;
- в) выявление рисков цифровых коммуникаций;
- г) разработка мер по минимизации рисков.

Установите правильную последовательность действий при возникновении репутационного риска (негативный отзыв):

- а) публичный ответ клиенту с решением проблемы;
- б) анализ ситуации и сбор информации о проблеме;
- в) внутреннее решение проблемы (связь с клиентом, устранение причины);
- г) мониторинг распространения отзыва после ответа.

Тест 4. Установите соответствие между термином и определением.

№	Термин		Определение
1	Репутационный риск	А	Риск потери или искажения информации из-за сбоев каналов связи
2	Операционный риск	Б	Процесс передачи информации о проблеме на более высокий уровень управления
3	Риск ИБ	В	Риск снижения доверия к бренду из-за негативной информации в сети
4	Эскалация	Г	Документ, фиксирующий все выявленные риски и меры по их минимизации
5	Резервирование канала	Д	Риск утечки, перехвата или компрометации данных при передаче
6	Регламент ответа	Е	Создание альтернативного канала связи на случай сбоя основного
7	Инцидент	Ж	Правила, определяющие сроки и ответственных за реакции на обращения
8	Реестр рисков	З	Событие, нарушающее штатный режим коммуникации
9	Скрининг	И	Регулярный мониторинг информационного поля для выявления негатива
10	Антикризисная коммуникация	К	Совокупность мер по управлению информацией в кризисной ситуации

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать

пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1. Интернет-магазин одежды использует для коммуникации с клиентами три канала: чат-бот на сайте (70% обращений), Telegram (20% обращений), телефон (10% обращений). В результате аудита выявлены следующие риски и показатели:

Риск	Суть риска
Риск 1 (операционный)	Сбой в работе чат-бота происходит в среднем 1 раз в месяц, длительность сбоя — 3 часа. За час через чат-бот поступает 50 обращений. Стоимость потери одного обращения (необработанная заявка) — 500 рублей.
Риск 2 (репутационный)	Негативный отзыв в соцсетях возникает 2 раза в квартал. Каждый негативный отзыв без своевременной реакции снижает лояльность и приводит к потере 3 клиентов. Средняя прибыль от одного клиента за год — 12 000 рублей.
Риск 3 (информационной безопасности)	Утечка данных клиента (риск оценивается как 1 случай в год). Ущерб от одного случая — 100 000 рублей (штрафы и компенсации).

Внедрение системы управления рисками (резервный канал, мониторинг соцсетей, шифрование данных) стоит 40 000 рублей в год и снижает:

вероятность сбоя чат-бота на 50%;

вероятность негативного отзыва на 30%;

вероятность утечки данных на 80%;

Рассчитайте:

Годовые потери компании без внедрения системы управления рисками (сумма по всем трём рискам).

Годовые потери после внедрения системы (сумма по всем трём рискам с учётом снижения вероятности).

Экономическую эффективность внедрения системы (экономия минус затраты на систему).

Стоит ли внедрять систему управления рисками?

Тема 2.3. Создание каналов эскалации информации по рискам для бизнес-процессов. ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что такое эскалация информации в контексте управления рисками?

- а) игнорирование проблемной информации;
- б) передача информации о риске на более высокий уровень управления для принятия решения;
- в) автоматическое удаление информации о рисках;
- г) публикация информации о рисках в открытых источниках.

2. Какой вид эскалации предполагает передачу информации между разными бизнес-процессами (например, от отдела продаж в отдел логистики)?

- а) вертикальная эскалация;
- б) горизонтальная эскалация;
- а) нисходящая эскалация;
- г) внешняя эскалация.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие каналы могут использоваться для эскалации информации в малом бизнесе?

- а) автоматические уведомления в CRM;
- б) выделенные чаты в мессенджерах для критических ситуаций;
- в) личная встреча руководителя с каждым клиентом;
- г) email-оповещения с пометкой «Высокий приоритет».

Какие критерии следует учитывать при настройке триггеров эскалации?

- а) пороговые значения показателей (например, время ожидания ответа > 24 часа);
- б) цвет логотипа компании;

- в) критичность риска для бизнеса;
- г) временные рамки (эскалация, если проблема не решена за N часов).

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов эскалации информации о риске в малом бизнесе:

- а) решение проблемы на уровне, куда произведена эскалация;
- б) передача информации вышестоящему руководителю или смежному процессу;
- в) идентификация риска и оценка его критичности;
- г) попытка решения проблемы на текущем уровне в установленный регламентом срок.

Установите правильную последовательность действий при проектировании системы эскалации для бизнес-процесса:

- а) определение пороговых значений для каждого уровня эскалации;
- б) описание бизнес-процесса и выделение точек принятия решений;
- в) назначение ответственных за принятие решений на каждом уровне;
- г) настройка каналов передачи информации (чат, CRM, email).

Тест 4. Установите соответствие между термином и определением.

№	Термин		Определение
1	Эскалация	А	Передача информации между подразделениями одного уровня
2	Вертикальная эскалация	Б	Временной интервал, после которого проблема передаётся на следующий уровень
3	Горизонтальная эскалация	В	Передача информации с нижнего уровня управления на верхний
4	Триггер эскалации	Г	Процесс передачи информации о риске для принятия решения
5	Таймаут эскалации	Д	Событие или достижение порогового значения, запускающее эскалацию
6	Матрица эскалации	Е	Схема, определяющая, кому и при каких условиях передаётся информация

№	Термин		Определение
7	SLA	Ж	Правила реагирования на инциденты, включая сроки эскалации
8	Критичность риска	З	Степень влияния риска на бизнес-процессы и результаты
9	Ответственный за эскалацию	И	Сотрудник, принимающий решение о передаче информации наверх
10	Дашборд эскалации	К	Визуальный инструмент для отслеживания активных эскалаций

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1. В компании по доставке еды установлена следующая система эскалации по риску «срыв доставки заказа»:

Уровень 1 (оператор): при риске опоздания до 15 минут — оператор связывается с курьером самостоятельно.

Уровень 2 (супервайзер): если проблема не решена через 15 минут — эскалация супервайзеру, время на решение — 10 минут.

Уровень 3 (руководитель смены): если проблема не решена через 25 минут — эскалация руководителю смены, время на решение — 10 минут.

Уровень 4 (директор): если проблема не решена через 35 минут — эскалация директору с правом компенсации клиенту.

За месяц зафиксировано 100 инцидентов с риском срыва доставки. Из них:

60 инцидентов решены на уровне оператора;

25 инцидентов потребовали эскалации супервайзеру (из них 20 решены на этом уровне);

5 инцидентов потребовали эскалации руководителю смены (из них 3 решены на этом уровне);

Остальные дошли до директора. Рассчитайте:

Сколько инцидентов дошло до директора?

Долю инцидентов, решённых на каждом уровне, от общего числа.

Среднее время решения инцидента (в минутах), если на первые три уровня каждый инцидент тратит полное время на решение.

Задание 2. Онлайн-школа настраивает систему эскалации по риску «недовольство клиента качеством услуги». Пороговые значения:

эскалация руководителю отдела: если клиент повторно обратился с той же проблемой;

эскалация директору: если после решения руководителя отдела клиент повторно обратился.

Разработайте матрицу эскалации, заполнив таблицу:

Уровень	Кто принимает решение	Канал эскалации	Максимальное время реакции	Какое решение может принять
1	Оператор поддержки	?	2 часа	?
2	?	Telegram-чат руководителей	?	Компенсация до 10% стоимости
3	Директор	?	6 часов	?

Дополнительно:

предложите каналы эскалации для каждого уровня;

предложите решения, которые могут принимать на каждом уровне;

укажите максимальное время реакции для уровня 2 и 3 (в часах).

Раздел 3. Оценка эффективности и развитие системы цифровых коммуникаций

Тема 3.1. Мониторинг и оценка эффективности цифровых коммуникаций. ПК-1.1, ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой показатель эффективности цифровых коммуникаций измеряет среднее время, за которое сотрудник отвечает на обращение клиента?

- а) средний чек;
- б) скорость ответа (Response Time);
- в) конверсия в заказ;
- г) доля открытых писем.

Какой показатель характеризует долю обращений, по которым проблема была полностью решена?

- а) CTR (Click-Through Rate);
- б) Доля решённых обращений (Resolution Rate);
- в) ROI (Return on Investment);
- г) Churn Rate.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие метрики используются для оценки эффективности внешних цифровых коммуникаций (с клиентами)?

- а) скорость ответа на обращение;
- б) уровень удовлетворённости клиентов (CSAT);
- в) количество внутренних приказов директора;
- г) доля повторных обращений по той же проблеме.

Какие инструменты можно использовать для сбора метрик эффективности цифровых коммуникаций в малом бизнесе?

- а) встроенная аналитика мессенджеров и чат-ботов;
- б) опросы клиентов после завершения коммуникации;
- в) бумажные журналы учёта звонков;
- г) дашборды в CRM-системе.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов оценки эффективности цифровых коммуникаций:

- а) сбор данных по выбранным метрикам за период;
- б) определение целевых показателей (KPI);
- в) сравнение фактических показателей с целевыми;
- г) выбор метрик для оценки (скорость ответа, доля решённых и т.д.).

Установите правильную последовательность действий при подготовке отчёта по эффективности коммуникаций для руководителя малого бизнеса:

- а) подготовка кратких выводов и рекомендаций;
- б) сбор данных из каналов (мессенджеры, CRM, чат-бот);
- в) визуализация ключевых метрик (графики, дашборд);
- г) расчёт метрик и сравнение с целевыми показателями.

Тест 4. Установите соответствие между термином и его определением.

№	Термин		определение
1	CSAT	А	Доля обращений, которые решены с первого контакта
2	NPS	Б	Доля клиентов, повторно обратившихся с той же проблемой
3	FCR	В	Уровень удовлетворённости клиентов услугой (Customer Satisfaction Score)
4	RR	Г	Оценка лояльности клиентов и готовности рекомендовать бренд
5	Частота повторных обращений	Д	Доля решённых обращений от общего числа (Resolution Rate)
6	Скорость ответа	Е	Среднее время между получением обращения и первым ответом
7	Скорость решения	Ж	Максимально допустимое время реакции, установленное регламентом
8	SLA	З	Среднее время между получением обращения и закрытием проблемы
9	Затраты на канал	И	Расходы на ведение коммуникации в конкретном канале за период
10	Открываемость	К	Доля доставленных сообщений, которые были открыты получателями

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1.

Интернет-магазин подарков оценивает эффективность двух каналов коммуникации с клиентами: чат-бот на сайте и МАКС-чат с оператором.

Данные за месяц:

Показатель	Чат-бот	МАКС-чат
Количество обращений	1 000	500
Средняя скорость ответа (мин)	0,5	5
Доля решённых обращений	80%	95%
Затраты на канал в месяц (руб)	5 000	40 000
CSAT (удовлетворённость)	4,2 из 5	4,8 из 5

Рассчитайте:

1. Количество решённых обращений по каждому каналу.
2. Затраты на одно решённое обращение для каждого канала.
3. Какой канал эффективнее по затратам на решение проблемы?
4. Какой канал эффективнее по качеству обслуживания? Почему?

Задание 2.

Салон красоты установил целевые показатели (KPI) для цифровых коммуникаций на квартал:

Показатель	Целевое значение
Скорость ответа на обращение	< 10 минут
Доля решённых обращений	> 85%
CSAT (средняя оценка)	> 4,5 из 5
Затраты на одно обращение	< 150 руб.

По итогам квартала получены фактические данные:

Управляющий получил 600 обращений, средняя скорость ответа — 12 минут, доля решённых — 88%, CSAT — 4,2, затраты на канал — 90 000 рублей.

Чат-бот получил 900 обращений, скорость ответа — 0 минут, доля

решённых — 75%, CSAT — 4,0, затраты на канал — 20 000 рублей.

Мессенджер (МАКС) получил 500 обращений, скорость ответа — 8 минут, доля решённых — 92%, CSAT — 4,7, затраты на канал — 60 000 рублей.

Рассчитайте:

1. Для каждого канала: выполнение по каждому показателю (достигнут/не достигнут).
2. Фактические затраты на одно обращение для каждого канала.
3. Какой канал является наиболее эффективным по большинству показателей?

Тема 3.2. Разработка системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса. ПК-1.1, ПК-3.2

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что является первым этапом разработки системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса?

- а) закупка программного обеспечения;
- б) аудит текущих каналов коммуникации и выявление потребностей бизнес-процессов;
- в) найм сотрудников в отдел коммуникаций;
- г) настройка чат-бота.

Какой документ фиксирует цели, каналы, ответственных и показатели эффективности системы цифровых коммуникаций?

- а) бухгалтерский баланс;
- б) концепция (или регламент) цифровых коммуникаций;
- в) штатное расписание;
- г) должностная инструкция курьера.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие элементы включает в себя система цифровых коммуникаций малого бизнеса?

- а) каналы коммуникации (мессенджеры, чат-боты, CRM);
- б) регламенты и ответственные за коммуникацию;
- в) система кондиционирования воздуха в офисе;
- г) показатели эффективности и система мониторинга.

Какие факторы необходимо учитывать при выборе инструментов для системы цифровых коммуникаций в малом бизнесе?

- а) бюджет на внедрение и поддержку;
- б) цвет упаковки продукции;
- в) количество сотрудников и их цифровая грамотность;
- г) отраслевая специфика (услуги, розница, b2b).

Тест 3.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите правильную последовательность этапов разработки системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса:

- а) выбор и настройка инструментов (мессенджеры, чат-боты, CRM);
- б) аудит текущих каналов и потребностей бизнеса;
- в) внедрение и обучение сотрудников;
- г) разработка регламентов и определение KPI.

Установите правильную последовательность действий при оценке экономической эффективности внедрения системы цифровых коммуникаций:

- а) расчёт затрат на внедрение и поддержку;
- б) сравнение затрат и экономии;
- в) оценка экономии от внедрения (снижение времени, рост продаж);
- г) принятие решения о внедрении или отказе.

Тест 4. Установите соответствие между термином и его определением.

№	Термин		Определение
1	Аудит коммуникаций	А	Документ, описывающий каналы, ответственных, регламенты и KPI
2	Регламент коммуникаций	Б	Стоимость внедрения и поддержки системы за период
3	TCO (Total Cost of Ownership)	В	Процесс анализа текущих каналов, потоков и проблем в коммуникациях

№	Термин		Определение
4	ROI коммуникаций	Г	Обучение сотрудников работе с новыми каналами и инструментами
5	Онбординг	Д	Готовность сотрудников использовать цифровые инструменты
6	Цифровая грамотность	Е	Период, за который система окупается за счёт экономии
7	Пилотный проект	Ж	Возврат инвестиций в систему коммуникаций (в процентах)
8	Масштабируемость	З	Тестовое внедрение системы на ограниченном участке бизнеса
9	Срок окупаемости	И	Способность системы расти вместе с бизнесом без потери качества
10	Интеграция	К	Объединение каналов и инструментов в единую систему

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1.

Владелец малого бизнеса (кофейня с доставкой) планирует разработать систему цифровых коммуникаций с нуля. Рассматриваются два варианта:

Вариант А (минимальный): Каналы: Telegram-чат + телефон Инструменты: бесплатные версии (0 руб.) Регламент: устные договорённости Затраты на обучение: 2 часа на 2	Вариант Б (полный): Каналы: Telegram + чат-бот + CRM Инструменты: 5 000 руб./мес. Регламент: письменный регламент (разработка — 10 часов, ставка 1 000
--	---

сотрудников (ставка 400 руб./час) Ожидаемая экономия времени в месяц: 20 часов (500 руб./час)	руб./час) Затраты на обучение: 8 часов на 3 сотрудников (400 руб./час) Ожидаемая экономия времени в месяц: 50 часов (500 руб./час)
--	--

Рассчитайте для каждого варианта:

1. Первоначальные затраты (настройка, регламент, обучение).
2. Ежемесячные затраты (инструменты).
3. Ежемесячную экономию от внедрения.
4. Срок окупаемости (первоначальные затраты / месячная экономия).
5. Какой вариант вы выберете и почему?

Задание 2.

Салон красоты провёл аудит текущих цифровых коммуникаций и выявил проблемы:

Проблема	Текущий показатель	Целевой показатель
Долгая скорость ответа клиентам	25 минут	< 10 минут
Низкая доля решённых обращений	65%	> 85%
Потеря информации при передаче между сотрудниками	30% обращений	0%

Для решения проблем предложены мероприятия:

Мероприятие	Стоимость	Ожидаемый эффект
Внедрение чат-бота для приёма заявок	5 000 руб.	Снижение времени ответа до 0 мин на первичный контакт
Внедрение CRM для учёта обращений	10 000 руб./мес.	Рост решённых обращений до 90%, устранение потерь информации
Обучение сотрудников регламенту	8 000 руб.	Рост решённых обращений до 80%

Бюджет на квартал – 50 000 рублей.

Рассчитайте:

1. Затраты на каждый вариант комбинации мероприятий.
2. Какие мероприятия вы выберете в рамках бюджета для максимального достижения целевых показателей?
3. Какие показатели останутся не достигнутыми после вашего выбора?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ

составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1-3.

Тематика докладов:

1. Сравнительный анализ каналов цифровых коммуникаций для малого бизнеса: мессенджеры, социальные сети, email, чат-боты.
2. Построение карты цифровых коммуникаций для типового малого бизнеса.
3. Особенности цифровых коммуникаций в малом бизнесе: как ограниченный бюджет и близость к клиенту влияют на выбор каналов.
4. Системы социального прослушивания (social listening) для малого бизнеса: возможности, ограничения, доступные инструменты.
5. Сбор информации из мессенджеров и чат-ботов: методы, инструменты, практические кейсы из малого бизнеса.
6. Очистка и первичная обработка данных из цифровых каналов: методы выявления дублей, шума, пропусков.
7. Методы анализа обращений клиентов: частотный анализ, анализ тональности, выявление повторяющихся проблем.
8. Методика приоритизации проблем и генерации альтернатив в малом бизнесе.

9. Использование простых инструментов анализа (Excel, Google Sheets) для обработки данных из цифровых каналов.

10. Подготовка отчёта с рекомендациями для владельца малого бизнеса на основе анализа цифровых коммуникаций.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное

		использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

КТ – 2.

Тема 4-6.

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Опишите алгоритм выбора платформы для создания чат-бота в малом бизнесе. Какие критерии являются ключевыми (стоимость, простота настройки, интеграции)?
2.	Объясните, как CRM-система помогает улучшить цифровые коммуникации в малом бизнесе. Какие функции CRM наиболее важны для управления коммуникациями с клиентами и эскалации информации о рисках?
3.	Назовите и охарактеризуйте три группы рисков цифровых коммуникаций (репутационные, операционные, ИБ). Приведите по одному примеру из малого бизнеса для каждой группы.
4.	Опишите алгоритм управления репутационным риском при появлении негативного отзыва в социальных сетях.
5.	Что такое эскалация информации?
6.	Как разработать матрицу эскалации для типового бизнес-процесса (например, обработка жалобы клиента)?
7.	Назовите не менее пяти показателей эффективности цифровых коммуникаций. Как каждый из них рассчитывается и какую информацию даёт владельцу малого бизнеса?
8.	Как оценить экономическую эффективность внедрения чат-бота в малом бизнесе?
9.	Опишите пошаговый алгоритм разработки системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса с нуля. Какие этапы включает этот процесс?

10.	Какие факторы необходимо учитывать при выборе инструментов для системы цифровых коммуникаций в малом бизнесе?
-----	---

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 3.

Тема 7-8

Контрольные задания:

Задание 1. Салон красоты установил целевые показатели (KPI) для цифровых коммуникаций на квартал:

Показатель	Целевое значение
Скорость ответа на обращение	< 10 минут
Доля решённых обращений	> 85%
CSAT (средняя оценка)	> 4,5 из 5
Затраты на одно обращение	< 150 руб.

По итогам квартала получены фактические данные:

Управляющий получил 600 обращений, средняя скорость ответа — 12 минут, доля решённых — 88%, CSAT — 4,2, затраты на канал — 90 000 рублей.

Чат-бот получил 900 обращений, скорость ответа — 0 минут, доля решённых — 75%, CSAT — 4,0, затраты на канал — 20 000 рублей.

Мессенджер (МАКС) получил 500 обращений, скорость ответа — 8 минут, доля решённых — 92%, CSAT — 4,7, затраты на канал — 60 000 рублей.

Рассчитайте:

4. Для каждого канала: выполнение по каждому показателю (достигнут/не достигнут).

5. Фактические затраты на одно обращение для каждого канала.

6. Какой канал является наиболее эффективным по большинству показателей?

Задание 2.

Салон красоты провёл аудит текущих цифровых коммуникаций и выявил проблемы:

Проблема	Текущий показатель	Целевой показатель
Долгая скорость ответа клиентам	25 минут	< 10 минут
Низкая доля решённых обращений	65%	> 85%
Потеря информации при передаче между сотрудниками	30% обращений	0%

Для решения проблем предложены мероприятия:

Мероприятие	Стоимость	Ожидаемый эффект
Внедрение чат-бота для приёма заявок	5 000 руб.	Снижение времени ответа до 0 мин на первичный контакт
Внедрение CRM для учёта обращений	10 000 руб./мес.	Рост решённых обращений до 90%, устранение потерь информации
Обучение сотрудников регламенту	8 000 руб.	Рост решённых обращений до 80%

Бюджет на квартал – 50 000 рублей.

Рассчитайте:

4. Затраты на каждый вариант комбинации мероприятий.

5. Какие мероприятия вы выберете в рамках бюджета для максимального достижения целевых показателей?

6. Какие показатели останутся не достигнутыми после вашего

выбора?

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

Раздел 1. Теоретические основы и сбор данных в цифровых коммуникациях

Тема 1.1. Понятие, структура и каналы цифровых коммуникаций в малом бизнесе. ПК-1.1, ПК-3.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Что такое цифровые коммуникации в контексте малого бизнеса?
2.	Какие особенности малого бизнеса влияют на выбор каналов цифровых коммуникаций?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Владелец пекарни общается с клиентами через три канала: Instagram* (50% обращений, средняя скорость ответа 30 минут, затраты 0 рублей), WhatsApp* (30% обращений, скорость 10 минут, затраты 2 000 руб/мес на менеджера), телефон (20% обращений, скорость 5 минут, затраты 5 000 руб/мес). Владелец хочет, чтобы 80% обрабатывались со скоростью не более 15 минут, а общие затраты не превышали 6 000 рублей в месяц. Рассчитайте текущие показатели: долю обращений со скоростью ≤ 15 минут и общие затраты. Достигаются ли цели? Если нет, предложите вариант перераспределения нагрузок между каналами.

Задание 2.

Компания по доставке суши использует канал в МАКС для информирования клиентов. Всего в канале 2 000 подписчиков. Открываемость сообщений — 60%, процент кликов по ссылке — 10% от открывших. Средний чек заказа — 1 000 рублей. Конверсия из перехода в покупку — 5%. Рассчитайте, сколько заказов приносит одна рассылка и какую выручку она генерирует. Если стоимость рассылки (работа дизайнера и копирайтера) — 3 000 рублей, каков ROMI (возврат инвестиций) в процентах?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой канал цифровых коммуникаций наиболее эффективен для срочного информирования клиентов в малом бизнесе? Варианты ответа: а) официальное письмо по электронной		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	почте; б) пост в группе ВК; в) сообщение в Telegram-канале или чате; г) факсимильная связь.		
2.	Что из перечисленного НЕ относится к внешним цифровым коммуникациям малого бизнеса? Варианты ответа: а) переписка с клиентом в МАКС; б) рассылка новостей по электронной почте; в) обсуждение графика отпусков в корпоративном чате; г) ответ на негативный отзыв в соцсетях.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой из перечисленных каналов относится к внутренним цифровым коммуникациям?

- а) чат-бот на сайте;
- б) корпоративный чат в МАКС для сотрудников;
- в) ВК-группа компании;
- г) email-рассылка клиентам.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие критерии наиболее важны при выборе канала цифровой коммуникации для малого бизнеса?

- а) цветовая гамма логотипа канала;
- б) стоимость использования канала;
- в) скорость доставки сообщений;
- г) количество серверов у владельца канала

Тема 1.2. Выявление и сбор информации для бизнес-анализа из цифровых каналов. ПК-1.1

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Какие цифровые каналы являются источниками информации для бизнес-анализа в малом бизнесе?
2.	Что такое социальное прослушивание (social listening) и как оно может помочь малому бизнесу?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Магазин товаров для дома собирает отзывы из трёх источников: сайт (2 000 отзывов в месяц, средняя длина 500 символов), соцсети (3 000 отзывов, 200 символов), чат-бот (1 000 обращений, 100 символов). Стоимость ручного сбора и обработки — 200 рублей за 1 000 символов. Стоимость автоматической системы сбора — 10 000 рублей в месяц. Рассчитайте затраты на ручной сбор и обработку всех отзывов за месяц. Какая экономия (в рублях и процентах) будет при использовании автоматической системы? Какой вариант выгоднее?

Задание 2.

Салон красоты собрал за месяц 800 обращений из чат-бота. После первичной обработки выявлено: 12% обращений — дубликаты (один клиент несколько раз задал тот же вопрос), 8% — спам или нерелевантные сообщения, 5% содержат ошибки в контактах. Рассчитайте количество обращений, пригодных для бизнес-анализа (уникальные, релевантные, с корректными контактами). Какой процент от исходного количества составляют пригодные обращения? Сколько обращений потеряно для анализа?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой метод сбора информации позволяет автоматически отслеживать упоминания бренда в социальных сетях без ручного поиска? Варианты ответа:		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	а) анкетирование клиентов; б) социальное прослушивание (social listening); в) фокус-группа; г) анализ бухгалтерской отчетности.		
2.	Что из перечисленного НЕ относится к этапу первичной обработки собранной информации? Варианты ответа: а) визуализация данных на дашборде; б) удаление дублирующихся записей; в) фильтрация спама и нерелевантных сообщений; г) проверка на наличие пропусков в данных.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что означает термин «тональность» при анализе отзывов клиентов?

- а) длительность звучания аудиосообщения;
- б) эмоциональную окраску (позитив, негатив, нейтраль);
- в) количество букв в сообщении;
- г) скорость написания текста.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие параметры необходимо настроить при организации сбора информации из цифровых каналов?

- а) период сбора данных;
- б) цвет интерфейса инструмента;
- в) ключевые слова и фильтры;
- г) часовой пояс сервера разработчика.

Тема 1.3. Анализ информации для формирования возможных решений в малом бизнесе. ПК-1.1

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Какие методы анализа информации из цифровых каналов доступны малому бизнесу без привлечения дорогих специалистов?
2.	Объясните алгоритм перехода от анализа обращений клиентов к формированию конкретных управленческих решений.

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Служба доставки пиццы проанализировала 500 обращений клиентов из чат-бота за месяц. Распределение по темам: «Задержка доставки» — 200 обращений, «Неверный заказ» — 120 обращений, «Проблемы с оплатой» — 80 обращений, «Благодарности» — 60 обращений, «Прочее» — 40 обращений. Из обращений о задержке 80% содержат жалобы на задержку более 30 минут. Из обращений о неверном заказе 60% связаны с ошибками в составе. Рассчитайте долю каждой темы в процентах. Сколько обращений связано с проблемой задержки более 30 минут? Сколько обращений связано с ошибками в составе заказа? Какую проблему владельцу стоит решать в первую очередь?

Задание 2.

Салон красоты оценил тональность отзывов за месяц: 500 отзывов, из них 250 позитивных, 150 негативных, 100 нейтральных. В негативных отзывах распределение проблем: «Грубость персонала» — 40%, «Долгое ожидание» — 35%, «Некачественная услуга» — 25%. Рассчитайте долю позитивных, негативных и нейтральных отзывов в процентах. Сколько негативных отзывов приходится на каждую проблему? Какие две проблемы требуют первоочередного решения?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой метод анализа позволяет выявить наиболее часто встречающиеся		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	проблемы клиентов на основе их обращений? Варианты ответа: а) регрессионный анализ; б) частотный анализ; в) корреляционный анализ; г) дисперсионный анализ.		
2.	Что означает понятие «приоритизация проблем» при подготовке решений для владельца малого бизнеса? Варианты ответа: а) игнорирование проблем с низкой частотой; б) упорядочивание проблем по важности и срочности для бизнеса; в) решение всех проблем одновременно; г) перекладывание решения проблем на клиентов.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой метод анализа отвечает на вопрос «Почему это произошло?»?

- а) дескриптивный анализ;
- б) прогнозный анализ;
- в) диагностический анализ;
- г) предписывающий анализ.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие показатели качества обслуживания можно оценить через анализ цифровых коммуникаций?

- а) цвет логотипа компании;
- б) скорость ответа на обращение;
- в) доля повторных обращений по той же проблеме;
- г) количество серверов в дата-центре.

Раздел 2. Инструментарий и управление рисками в цифровых коммуникациях

Тема 2.1. Инструменты цифровых коммуникаций: мессенджеры, чат-боты, CRM-коммуникации. ПК-1.1, ПК-3.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Сравните популярные мессенджеры для цифровых коммуникаций малого бизнеса по следующим критериям: стоимость подключения и использования, функционал для бизнеса (рассылки, чат-боты, интеграции), ограничения и аудитория.
2.	Что такое CRM-коммуникации и как CRM-система помогает в управлении взаимоотношениями с клиентами в малом бизнесе?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Интернет-магазин подарков внедряет чат-бот для обработки заказов в Telegram. Рассматриваются два варианта:

Вариант А (конструктор ManyChat): настройка 8 часов (1 500 руб./час), подписка 3 000 руб./месяц.

Вариант Б (индивидуальная разработка): разработка 40 000 руб., подписка 500 руб./месяц.

Ожидается, что бот будет обрабатывать 1 200 заказов в месяц. Без бота эти заказы обрабатывал бы оператор: 4 минуты на заказ, ставка оператора 450 руб./час.

Рассчитайте:

Затраты на обработку 1 200 заказов оператором за месяц.

Затраты на первый год использования (с учётом настройки) для каждого варианта.

Какой вариант выгоднее и на сколько рублей за первый год?

Задание 2.

Служба доставки еды внедрила триггерные уведомления в CRM. Установлены правила:

Если клиент не заказывал 10 дней — автоматическое сообщение со скидкой 10%.

Если клиент отменил заказ — звонок от оператора в течение 1 часа.

Если клиент написал жалобу в чат-боте — эскалация руководителю смены.

За квартал зафиксировано: 400 клиентов с отсутствием заказов 10+ дней, 50 отмен заказов, 30 жалоб в чат-боте. Рассчитайте количество автоматических уведомлений, звонков и эскалаций за квартал. Если 15% клиентов, получивших скидку, вернулись и сделали заказ со средним чеком 1 200 рублей, сколько дополнительной выручки принесли уведомления? Если 60% отмен обработаны успешно (клиент передумал отменять), сколько отмен удалось предотвратить?

2. Задание комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой инструмент цифровых коммуникаций позволяет автоматизировать ответы на часто задаваемые вопросы клиентов в мессенджерах без участия оператора? Варианты ответа: а) CRM-система; б) чат-бот; в) корпоративный портал; г) email-рассылка.		
2.	Что из перечисленного НЕ является функцией CRM-коммуникаций в малом бизнесе? Варианты ответа: а) автоматическая отправка уведомлений клиентам по триггерам; б) создание рекламных макетов для социальных сетей; в) фиксация всей истории взаимодействия с клиентом; г) эскалация проблемных обращений руководителю.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какая платформа наиболее популярна для создания чат-ботов для малого бизнеса в России?

- а) Adobe Photoshop;
- б) ManyChat;
- в) Microsoft Excel;
- г) AutoCAD.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие функции чат-бота наиболее полезны для малого бизнеса?

- а) автоматический ответ на частые вопросы (FAQ);
- б) дизайн интерьера офиса;
- в) сбор контактных данных клиентов;
- г) бухгалтерский учёт.

Тема 2.2. Управление рисками в цифровых коммуникациях малого бизнеса. ПК-3.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Назовите и охарактеризуйте основные группы рисков цифровых коммуникаций в малом бизнесе.
2.	Опишите алгоритм действий при возникновении репутационного риска — негативного отзыва в социальных сетях, получившего широкое распространение.

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Магазин одежды использует для коммуникации с клиентами три канала: чат-бот на сайте (60% обращений), Instagram Direct (30% обращений), телефон (10% обращений). В результате аудита выявлены риски:

Риск 1 (операционный): Сбой чат-бота — 1 раз в месяц, длительность 2 часа. За час через чат-бот поступает 40 обращений. Потеря одного обращения — 400 рублей.

Риск 2 (репутационный): Негативный отзыв в соцсетях — 1 раз в месяц. Каждый отзыв без реакции снижает лояльность и приводит к потере 2 клиентов. Средняя прибыль от одного клиента за год — 15 000 рублей.

Риск 3 (ИБ): Утечка данных клиента — 1 случай в год. Ущерб — 80 000 рублей.

Внедрение системы управления рисками стоит 30 000 рублей в год и снижает вероятность сбоя чат-бота на 60%, вероятность негативного отзыва на 40%, вероятность утечки данных на 90%.

Рассчитайте:

Годовые потери компании без внедрения системы.

Годовые потери после внедрения системы.

Экономическую эффективность внедрения (экономия минус затраты).

Стоит ли внедрять систему?

Задание 2.

Салон красоты проанализировал риски цифровых коммуникаций за квартал. Данные:

Риск	Количество инцидентов	Средний ущерб за инцидент
Сбой мессенджера	3	5 000 руб.
Негативный отзыв	8	3 000 руб.
Утечка данных	0	50 000 руб.
Ошибка оператора	12	1 000 руб.

Рассчитайте:

Общий ущерб от каждого риска за квартал.

Общий ущерб от всех рисков за квартал.

Если годовой бюджет на управление рисками — 60 000 рублей, какую долю от ущерба (в процентах) составляет бюджет? Оправданы ли такие затраты, если система может предотвратить 50% инцидентов?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой риск относится к репутационным рискам цифровых коммуникаций? Варианты ответа: а) сбой интернет-провайдера; б) негативный отзыв клиента, получивший вирусное распространение; в) утечка паролей сотрудников; г) превышение бюджета на рекламу.		
2.	Какой метод минимизации рисков предполагает наличие альтернативного способа связи на случай сбоя основного канала? Варианты ответа: а) шифрование сообщений; б) резервирование каналов; в) обучение персонала; г) регламентирование времени ответа.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой риск связан с потерей или искажением информации из-за сбоев каналов связи?

- а) репутационный риск;
- б) операционный риск;
- в) риск информационной безопасности;
- г) финансовый риск.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие методы помогают минимизировать риски информационной безопасности в цифровых коммуникациях?

- а) использование двухфакторной аутентификации;
- б) публикация паролей в общем чате;
- в) регулярное обучение сотрудников;

г) отказ от использования любых мессенджеров.

Тема 2.3. Методики оценки целесообразности использования цифровых технологий в рекламной деятельности сферы услуг. ОПК-5.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Что такое эскалация информации в контексте управления рисками?
2.	Опишите пошаговый алгоритм проектирования системы эскалации для типового бизнес-процесса малого бизнеса.

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

В компании по доставке суши установлена система эскалации по риску «срыв доставки заказа»:

Уровень 1 (оператор): при риске опоздания до 15 минут — оператор связывается с курьером. Время на решение — 10 минут.

Уровень 2 (супервайзер): если проблема не решена через 10 минут — эскалация супервайзеру, время на решение — 10 минут.

Уровень 3 (руководитель смены): если проблема не решена через 20 минут — эскалация руководителю смены, время на решение — 10 минут.

Уровень 4 (директор): если проблема не решена через 30 минут — эскалация директору с правом компенсации клиенту.

За месяц зафиксировано 200 инцидентов. Из них:

100 инцидентов решены на уровне оператора;

60 инцидентов потребовали эскалации супервайзеру (из них 50 решены на этом уровне);

30 инцидентов потребовали эскалации руководителю смены (из них 20 решены на этом уровне);

остальные дошли до директора. Рассчитайте:

Сколько инцидентов дошло до директора?

Долю инцидентов, решённых на каждом уровне, от общего числа.

Среднее время решения инцидента (в минутах), если на каждом уровне инцидент тратит полное время на решение до передачи дальше.

Задание 2.

Салон красоты внедряет систему эскалации по риску «недовольство клиента качеством услуги». Разработайте матрицу эскалации, заполнив таблицу:

Уровень	Кто принимает решение	Канал эскалации	Время реакции	Какое решение может принять
1	Администратор	?	2 часа	?
2	?	Telegram-чат	?	Компенсация до 15% стоимости
3	Управляющий	?	12 часов	Полный возврат, ?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой вид эскалации предполагает передачу информации между разными бизнес-процессами одного уровня управления? Варианты ответа: а) вертикальная эскалация; б) горизонтальная эскалация; в) нисходящая эскалация; г) внешняя эскалация.		
2.	Что из перечисленного НЕ является триггером для эскалации информации в малом бизнесе? Варианты ответа: а) превышение порогового значения показателя; б) регулярное плановое совещание руководителей; в) критичность риска для бизнеса; г) истечение установленного времени на решение проблемы.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой документ определяет, кому и при каких условиях передаётся информация о риске?

- а) бухгалтерский баланс;
- б) матрица эскалации;

- в) штатное расписание;
- г) должностная инструкция курьера.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие каналы наиболее эффективны для эскалации критической информации в малом бизнесе?

- а) выделенный чат в мессенджере с уведомлением;
- б) записка на бумаге с курьером;
- в) автоматический звонок на телефон руководителя;
- г) публичный пост в социальной сети.

Раздел 3. Оценка эффективности и развитие системы цифровых коммуникаций

Тема 3.1. Мониторинг и оценка эффективности цифровых коммуникаций. ПК-1.1, ПК-3.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Назовите показатели эффективности цифровых коммуникаций в малом бизнесе.
2.	Как оценить экономическую эффективность внедрения чат-бота в малом бизнесе?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Интернет-магазин товаров для дома оценивает эффективность двух каналов коммуникации с клиентами: чат-бот на сайте и WhatsApp-чат с оператором.

Данные за месяц:

Показатель	Чат-бот	WhatsApp
Количество обращений	2 000	800
Средняя скорость ответа (сек)	5	180
Доля решённых обращений	70%	90%
Затраты на канал (руб.)	8 000	35 000
CSAT (средняя оценка)	4,0 из 5	4,7 из 5

Рассчитайте:

Количество решённых обращений по каждому каналу.

Затраты на одно решённое обращение для каждого канала.

Какой канал эффективнее по затратам на решение проблемы?

Какой канал эффективнее по качеству обслуживания? Почему?

Какой канал вы бы рекомендовали для приоритетного использования и почему?

Задание 2.

Салон красоты установил целевые показатели (KPI) для цифровых коммуникаций на месяц:

Показатель	Целевое значение
Скорость ответа	< 10 минут
Доля решённых обращений	> 85%
CSAT	> 4,5 из 5
Затраты на одно обращение	< 100 руб.

По итогам месяца получены фактические данные по трём каналам. ВК-реклама: 300 обращений, скорость ответа — 25 минут, доля решённых — 80%, CSAT — 4,2, затраты на канал — 15 000 руб.

Чат-бот на сайте: 900 обращений, скорость ответа — 0 минут, доля решённых — 75%, CSAT — 4,0, затраты на канал — 18 000 руб.

Telegram-чат с оператором: 400 обращений, скорость ответа — 8 минут, доля решённых — 92%, CSAT — 4,7, затраты на канал — 32 000 руб.

Рассчитайте:

Для каждого канала — выполнение по каждому показателю (достигнут/не достигнут).

Фактические затраты на одно обращение для каждого канала.

Какой канал является наиболее эффективным по большинству показателей?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой показатель эффективности цифровых коммуникаций измеряет долю проблем, решённых с первого контакта с клиентом? Варианты ответа: а) CSAT; б) FCR (First Contact Resolution); в) NPS; г) CTR.		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
2.	Что из перечисленного НЕ относится к показателям эффективности цифровых коммуникаций? Варианты ответа: а) скорость ответа на обращение; б) доля решённых обращений; в) цвет логотипа компании; г) уровень удовлетворённости клиентов.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой показатель характеризует лояльность клиентов и их готовность рекомендовать компанию знакомым?

- а) CSAT;
- б) NPS;
- в) FCR;
- г) SLA.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие инструменты можно использовать для сбора метрик эффективности цифровых коммуникаций в малом бизнесе?

- а) встроенная аналитика мессенджеров;
- б) бумажные журналы учёта звонков;
- в) опросы CSAT после закрытия обращения;
- г) астрологический прогноз.

Тема 3.2. Разработка системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса. ПК-1.1, ПК-3.2

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Опишите пошаговый алгоритм разработки системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса с нуля.
2.	Какие факторы необходимо учитывать при выборе инструментов для системы цифровых коммуникаций в малом бизнесе?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Владелец малого бизнеса (магазин цветов) выбирает между двумя вариантами системы коммуникаций.

Вариант А: WhatsApp (бесплатно) + телефон. Затраты на обучение — 2 000 руб. Ожидаемая экономия — 10 000 руб./мес.

Вариант Б: Чат-бот + CRM. Подписка — 4 000 руб./мес., затраты на настройку — 15 000 руб. Ожидаемая экономия — 25 000 руб./мес.

Рассчитайте срок окупаемости для каждого варианта. Какой вариант выгоднее и почему?

Задание 2.

Компания по доставке суши внедрила систему цифровых коммуникаций.

До внедрения: потери от плохих коммуникаций — 200 000 руб./мес.

После внедрения: затраты на систему — 50 000 руб./мес., потери снизились до 100 000 руб./мес.

Рассчитайте чистый экономический эффект в месяц (экономия минус затраты). Сколько рублей в месяц стала приносить система?

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что является первым этапом разработки системы цифровых коммуникаций для малого бизнеса? Варианты ответа: а) закупка программного обеспечения; б) аудит текущих каналов и потребностей бизнеса; в) найм сотрудников в отдел коммуникаций; г) настройка чат-бота.		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
2.	Какой документ фиксирует цели, каналы, ответственных и показатели эффективности системы цифровых коммуникаций? Варианты ответа: а) бухгалтерский баланс; б) концепция (или регламент) цифровых коммуникаций; в) штатное расписание; г) должностная инструкция курьера.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Как называется способность системы коммуникаций расти вместе с бизнесом без потери качества при увеличении нагрузки?

- а) интеграция;
- б) масштабируемость;
- в) рентабельность;
- г) адаптивность.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие элементы включает в себя система цифровых коммуникаций малого бизнеса?

- а) каналы коммуникации (мессенджеры, чат-боты, CRM);
- б) система кондиционирования воздуха в офисе;
- в) регламенты и ответственные за коммуникацию;
- г) график отпусков сотрудников.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы,	40

достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым

условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы,

рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов

заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию : учебник для вузов / под ред. Г. Л. Азоева. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 336 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-4461-1810-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1831728> (дата обращения: 29.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028903> (дата обращения: 29.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582970> (дата обращения: 15.04.2026).

8.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичность, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 322 с. - ISBN 978-5-394-04536-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2082687> (дата обращения: 29.04.2026). – Режим доступа: по подписке..

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
Гражданский кодекс Российской Федерации: Части I, II, III. - Москва : ИНФРА-М, 2007. - 496 с. (Библиотека кодексов; Вып. 2(118)). ISBN 5-16-002930-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/122306> (дата обращения: 29.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция). – доступ из системы КонсультантПлюс.

Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция). – доступ из системы КонсультантПлюс.

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/>

<http://www.m-economy.ru/index.php>

<http://www.garant.ru>

<http://www.consultant.ru/>

<http://www.biblioclub.ru/>

5. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

Перечень программного обеспечения:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- МТС-link

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

База данных Ассоциации менеджеров России www.amr.ru

