

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 09.10.2024 14:22:29  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbd4be827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199



*Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы Коммерция*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ им. Г.В.ПЛЕХАНОВА

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

УТВЕРЖДЕНО  
Протоколом заседания кафедры  
бухгалтерского учета и анализа  
от 18.03.2019 № 8

Зав. КБУ, к.э.н., доц.  Н.В. Лактионова

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**  
для студентов приема 2020 года

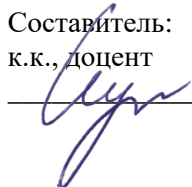
**Б1.В.18 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

**Направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**Направленность (профиль) программы  
« Коммерция»**

**Уровень высшего образования Бакалавриат**

**Программа подготовки: академический бакалавриат**

Составитель:  
к.к., доцент  
 Л.В. Кухаренко

Краснодар  
2019 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ</b> .....	3
<b>2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ</b> .....	4
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> .....	4
<b>4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»</b> .....	5
<b>5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ</b> .....	7
<b>6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> 9	
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ</b> .....	10
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	
<i>Комплект тестов (тестовых заданий)</i> .....	12
<i>Операционная игра</i> .....	33
<i>Кейс-задание</i> .....	35
<i>Темы эссе (рефератов)</i> .....	38
<i>Задания для проведения электронного практикума</i> .....	40
<i>Комплект заданий для выполнения контрольной работы студентами заочной формы обучения</i> .....	49
<i>Вопросы для подготовки к зачету</i> .....	72

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Электронная коммерция» являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций обучающихся направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) «Коммерция» и обеспечивает качество образовательного процесса.

Оценочные материалы входят в состав ОПОП ВО, представляет собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения студентов установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине используются при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) студента и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня базовой подготовки обучающихся первого курса по общеобразовательным дисциплинам, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин «Информационные технологии», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинг», «Рекламная деятельность», «Организация бизнеса в торговле».

Виды оценочных материалов по учебной дисциплине «Электронная коммерция» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в Календарно-тематическом плане дисциплины.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

Целью разработки оценочных материалов по учебной дисциплине «Электронная коммерция» является установление соответствия знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины

Задачи, решаемые при помощи оценочных материалов по учебной дисциплине:

- управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по направлению 38.03.06 Торговое дело направленности (профилю) Коммерция;

- управление достижением целей реализации ОПОП ВО, определенных в виде набора общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК), профессиональных (ПК) компетенций выпускников, указанных в ФГОС ВО (ОПК-1, ОПК-4, ПК-3);

- оценка способности осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой), применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией, решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- оценка готовности к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способности изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Изучение учебной дисциплины «Электронная коммерция» направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК-4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

ПК-3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)		
	ОПК-1	ОПК-4	ПК-3
курс 4, семестр 8			
Раздел 1. Введение в электронную коммерцию	+	+	+
Раздел 2. Интернет-технологии электронной коммерции	+	+	+
Раздел 3. Эффективность электронной коммерции	+	+	+
Раздел 4. Безопасность и правовое обеспечение электронной коммерции	+	+	+

#### 4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Электронная коммерция» включает контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, таблица 2:

Таблица 2

Контролируемые разделы, темы в соответствии с РПД	Формируемые компетенции	Оценочные материалы		
		Тестовые задания, кол-во	Другие оценочные мате- риалы	
			Вид	Кол-во
<b>Входной контроль</b>				
1. Информационные техно- логии, Информационные технологии в профессио- нальной деятельности	ОПК-1, ОПК-4	16	Тест	1
2. Маркетинг	ОПК-4, ПК-3	19	Тест	1
<b>Текущий контроль</b>				
Раздел 1. Введение в элек- тронную коммерцию	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	19	Электронный практикум	1
Раздел 1. Введение в элек- тронную коммерцию	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	19	Электронный практикум	1
Раздел 2. Интернет- технологии электронной коммерции	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	50	Электронный практикум	3
			Кейс-стади	2
Раздел 3. Эффективность электронной коммерции	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	10	Электронный практикум	1
			Операционная игра	1
Раздел 4. Безопасность и правовое обеспечение элек- тронной коммерции	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	20	Кейс-стади	1
			Электронный практикум	1
<b>Промежуточная аттестация</b>	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	0	Вопросы к за- чету	1
Всего	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3	153	8	12

## 5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения данной дисциплины осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины (прохождения практики) в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины (этапов практики).

Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания представлены в таблице 3:

Таблица 3

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«зачтено»	ОПК-1	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной культуры.</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> решать стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности для решения стандартных задач коммерческой деятельности</p>
		ОПК-4	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> основные методы и средства сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками сбора, хранения, переработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью, навыками работы с компьютером как со средством управления информацией</p>

		ПК-3	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> основные элементы маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> определять величину спроса, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> методами анализа и исследования покупателей, технологиями интернет-коммуникаций</p>
70 – 84 баллов	«зачтено»	ОПК-1	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной культуры.</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> решать стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности для решения стандартных задач коммерческой деятельности</p>
		ОПК-4	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> основные методы и средства сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками сбора, хранения, переработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью, навыками работы с компьютером как со средством управления информацией</p>
		ПК-3	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> основные элементы маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> определять величину спроса, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> методами анализа и исследования покупателей, технологиями интернет-коммуникаций</p>
50 – 69 баллов	«зачтено»	ОПК-1	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной культуры.</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> решать стандартные задачи коммерческой деятельности</p>

			на основе информационной с применением информационно-коммуникационных технологий <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности для решения стандартных задач коммерческой деятельности
		ОПК-4	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основные методы и средства сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками сбора, хранения, переработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью, навыками работы с компьютером как со средством управления информацией
		ПК-3	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основные элементы маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> определять величину спроса, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> методами анализа и исследования покупателей, технологиями интернет-коммуникаций
менее 50 баллов	«не зачтено»	ОПК-1	<b>Не знает на базовом уровне:</b> стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной культуры. <b>Не умеет на базовом уровне:</b> решать стандартные задачи коммерческой деятельности на основе информационной с применением информационно-коммуникационных технологий <b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности для решения стандартных задач коммерческой деятельности
		ОПК-4	<b>Не знает на базовом уровне:</b> основные методы и средства сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой деятельностью <b>Не умеет на базовом уровне:</b> применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией <b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками сбора, хранения, переработки и оценки информации, необходимой для организации и управления



			коммерческой деятельностью, навыками работы с компьютером как со средством управления информацией
		ПК-3	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> основные элементы маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> определять величину спроса, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в электронной коммерции</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> методами анализа и исследования покупателей, технологиями интернет-коммуникаций</p>

Оценки «Не зачтено», «Неудовлетворительно» ставятся также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к практическим занятиям, выполнению самостоятельной работы, вопросы к зачетам, варианты тестовых заданий, кейс-стади.

Для обеспечения объективности оценки качества подготовки студентов в рамках проведения операционной игры, привлечены представители работодателя: Филиал ООО «Интеркам» в г. Краснодар

## **6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **Текущий контроль**

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса, а также проведения научно-исследовательской работы, практик.

Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-11.

### **Промежуточная аттестация**

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины.

Вопросы к зачету представлены в Приложении 12.

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.
6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (таблица 5).

Таблица 5

Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства по дисциплине	Методы оценки результатов
1. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание (Приложение 1-2, входной контроль), приложение 3-6)	Компьютерный, экспертный
2. Операционная игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем моде-	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по	экспертный

	лирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	каждой игре (Приложение 7)	
3. Кейс-задание	Проблемное задание, в котором студенту предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную экономическую, социальную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Ситуация, задание для решения проблемы (Приложение 8)	экспертный
4. Эссе (реферат)	Средство, позволяющее оценить умение студента письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе (рефератов) (Приложение 9)	экспертный
5. Электронный практикум	Практические задания и упражнения, способствующие усвоению пройденного, выполняемые обучающимся в компьютерном классе	Задания для выполнения электронного практикума (Приложение 10)	экспертный
6. Комплекты заданий для выполнения контрольной работы	Задачи и задания: -репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; -реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; -творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения	Комплект задач и заданий (Приложение 11)	экспертный
7. Зачет	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента по выполнению практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических, семинарских занятий, самостоятельной работы в соответствии с утвержденной программой	Вопросы к зачету (Приложение 12)	экспертный

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

### Кафедра бухгалтерского учета и анализа

## Комплект тестов (тестовых заданий) по дисциплинам «Информационные технологии», «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

**Выберите правильный ответ:**

#### **1. Телекоммуникация – это...**

- а) общение между людьми через телевизионные мосты;
- б) общение между людьми через телефонную сеть;
- в) обмен информацией на расстоянии с помощью почтовой связи;
- г) технические средства передачи информации.

#### **2. Компьютерные телекоммуникации это...**

- а) соединение нескольких компьютеров в единую сеть;
- б) перенесение информации с одного компьютера на другой с помощью дискет;
- в) дистанционная передача данных с одного компьютера на другой;
- г) обмен информацией между пользователями о состоянии работы компьютера;

#### **3. Сервер – это...**

- а) сетевая программа, которая ведет диалог одного пользователя с другим;
- б) мощный компьютер, к которому подключаются остальные компьютеры;
- в) компьютер отдельного пользователя, подключенный в общую сеть;
- г) стандарт, определяющий форму представления и способ пересылки сообщения.

#### **4. Скорость передачи данных – это...**

- а) количество информации, передаваемой в одну секунду;
- б) количество байт информации, передаваемых за одну минуту;
- в) количество байт информации, переданных с одного компьютера на другой;
- г) количество бит информации, передаваемой через модем в единицу времени.

#### **5. Адресация – это...**

- а) способ идентификации абонентов в сети;
- б) адрес сервера;
- в) почтовый адрес пользователя сети;
- г) количество бод, пересылаемой информации вашим модемом.

#### **6. Локальные компьютерные сети – это...**

- а) сеть, к которой подключены все компьютеры вашего города;
- б) сеть, к которой подключены все компьютеры вашей страны;
- в) сеть, к которой подключены компьютеры вашего офиса, кабинета информатики или одного здания;
- г) сеть, к которой подключены все компьютеры.

#### **7. Домен – это...**

- а) часть адреса, определяющая адрес компьютера пользователя в сети;
- б) название программы для осуществления связи между компьютерами;
- в) название устройства, осуществляющего связь между компьютерами;
- г) единица измерения информации.

#### **8. WEB – страничка – это...**

- а) документ, в котором хранится вся информация по сети;
- б) документ, в котором хранится информация пользователя;

- в) сводка меню программных продуктов;
- г) документ, включающий гиперссылки, является частью сайта.

**9. Протокол – это...**

- а) правила передачи и приема информации обязательные для пользователей сети;
- б) информационный лист, в котором отображается путь пройденный документом в сети;
- в) документ, в котором хранится вся информация по сети;
- г) перечень имеющихся адресов вашей электронной книжке.

**10. Электронная почта позволяет передавать;**

- а) только сообщения;
- б) только файлы;
- в) сообщения и приложенные файлы;

**11. ТСР/IP – это...**

- а) организация, контролирующая Internet;
- б) организация, контролирующая раздачу адресов в Internet;
- в) пакетный протокол;
- г) название международной сети.

**12. Укажите серверы, которые находятся в России**

- а) epson.au
- б) ntv.ru
- в) rnd.edu.runnet.ru
- г) school.ua

**13. К какому классу относится сеть университета?**

- а) локальная
- б) региональная
- в) глобальная

**14. Провайдер – это**

- а) Компьютер, предоставляющий транзитную связь по сети
- б) Программа подключения к сети
- в) Фирма, предоставляющая сетевые услуги
- г) Специалист по компьютерным сетям

**15. Браузер – это**

- а) программа просмотра гипертекстовых документов
- б) компьютер, подключенный к сети
- в) главный компьютер в сети
- г) устройство для подключения к сети

**16. Глобальные компьютерные сети дают возможность ...**

- а) организовать совместное использование ресурсов, а также общение множества пользователей, расположенных сравнительно недалеко друг от друга
- б) организовать обмен данными на больших расстояниях
- в) передавать электроэнергию на очень большие расстояния

**Критерии оценки:**

**3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**2 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**1,3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий.

Составитель, к.к, доцент \_\_\_\_\_



Л.В Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Маркетинг»**

**Выберите несколько вариантов:**

**1. Укажите составляющие комплекса маркетинга**

- а) товарная политика
- б) товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика
- в) сбытовая политика
- г) коммуникативная политика
- д) ценовая политика

**Выберите правильный ответ:**

**2. Маркетинг – это...**

- а) взаимодействие с окружающей средой
- б) производство продукции
- в) развитие предприятия
- г) управление материальными потоками

**3. В состав процесса маркетинга НЕ входят**

- а) взаимодействие с потребителями
- б) взаимодействие с поставщиками
- в) взаимодействие с конкурентами
- г) взаимодействие с налоговыми органами

**4. Дистрибьютор- это**

- а) розничный торговец
- б) независимый оптовый торговец
- в) торговый агент
- г) производитель товара

**5. В состав планирования маркетинга входит процесс планирования**

- а) создания конкурентоспособной продукции
- б) мероприятий по воздействию на рынок
- в) выпуска продукции
- г) реинжиниринга предприятия

**6. К целям рекламы относится**

- а) обеспечить благожелательный психологический климат продвижению на рынке продукции фирмы
- б) создать благоприятный имидж фирмы
- в) экономически заинтересовать потребителей продукции
- г) заключить договоры на поставку продукции

**7. Директ-мейл – это**

- а) продажа уникальных товаров
- б) продажа товаров с помощью сетевого маркетинга
- в) продажа товаров с помощью рассылок писем конкретным потребителям
- г) продажа товаров через интернет

**8. Мониторинг рынка – это**

- а) анализ рыночных показателей
- б) сегментация рынка
- в) сегментация потребителей
- г) отслеживание определенных показателей рынка, характеризующих его состояние

**9. Маркетинговое исследование — это:**

- а) то же самое, что и «исследование рынка»
- б) сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем
- г) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации
- д) исследование маркетинга

**10. Целевой сегмент рынка – это**

- а) сегмент, выбранный по одному из критериев
- б) сегмент, выбранный предприятием для продвижения товара
- в) сегмент рынка, выбранный для детального исследования
- г) сегмент рынка, на котором нецелесообразно продвижения данного товара

**11. Воздействие на рынок, уменьшающее спрос на товары и услуги из-за ограниченности производственных возможностей фирмы**

- а) противодействующий маркетинг
- б) ремаркетинг
- в) демаркетинг
- г) синхромаркетинг

**12. К процессу сегментации рынка НЕ относится**

- а) формирование критериев и методов сегментации
- б) исследование выявленных сегментов
- в) выбор целевых сегментов и позиционирования товаров
- г) дифференциация фирменной среды

**13. Цель анализа конкурентной среды**

- а) выявить перечень фирм, производящих аналогичный товар
- б) установить фирмы, действующие в целевом сегменте рынка
- в) определить конкурентоспособность предприятия
- г) определить место своей фирмы среди фирм-конкурентов

**14. Товарный знак – это**

- а) зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару
- б) логотип фирмы
- в) фирменный цвет
- г) характеристики товара

**15. Конкурентоспособность товара может определяться**

- а) имиджем фирмы
- б) позицией фирмы на рынке
- в) спросом на товар фирмы

**16. К формам прямого маркетинга НЕ относится**

- а) директ - мейл
- б) торговля по каталогам
- в) личные продажи
- г) продажа через розничные магазины

**17. Любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования называется**

- а) розничной торговлей
- б) оптовой торговлей
- в) сбытом
- г) дилерством

**18. К показателям конкурентоспособности товара относится**

- а) доля рынка
- б) рост объемов продаж
- в) цена-качество
- г) интерес потребителей

**19. Товаром на рынке информационных технологий не является**

- а) программный продукт
- б) информация
- в) информационная модель
- г) ноу-хау

**Критерии оценки:**

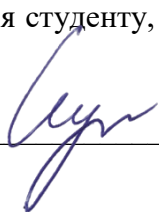
**3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**2 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**1,3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий.

Составитель, к.к, доцент \_\_\_\_\_



Л.В Кухаренко



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Электронная коммерция»  
Раздел 1. «Введение в электронную коммерцию»**

**1. Электронная коммерция – это...**

- а) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
- б) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с использованием средств электронного обмена данными;
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений;
- г) любая деятельность, в том числе разового характера, направленная на получение прибыли.

**2. Основное преимущество электронной коммерции состоит в:**

- а) удобстве и комфортности для пользователей;
- б) скорости совершения сделок;
- в) значительном сокращении транзакционных издержек;
- г) отсутствии необходимости личного общения при совершении сделки.

**3. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что...**

- а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающих высокие темпы роста экономик страны;
- б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
- в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России;
- г) использование технологий электронной коммерции необходимо для вступления стран во Всемирную торговую организацию.

**4. Влияние электронной коммерции на рынок труда состоит в том, что она...**

- а) меняет задачи и функции работников, производящих и доставляющих товары и услуги до потребителя;
- б) не имеет никакого влияния на рынок труда;
- в) способна заметно снизить уровень безработицы;
- г) приводит к сокращению рабочих мест.

**5. Считалось, что электронная коммерция послужит началом идеального рынка, отличающегося низкими транзакционными издержками. Завышенные ожидания ранних прогнозов основывались на:**

- а) повышении скорости проводимых транзакций;
- б) на снижении роли посредников;
- в) сокращении издержек обращения, связанных с организацией продаж;
- г) повышении качества обслуживания клиентов.

**6. Инструментарием электронной коммерции являются:**

- а) классификаторы;
- б) стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;
- в) автоматизированные системы электронной коммерции;

- г) инструменты web-маркетинга;
- д) платежные системы;
- е) все перечисленное.

**7. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2C?**

- а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
- б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;
- в) этот вид систем электронной коммерции предполагает взаимодействие между работниками предприятия;
- г) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.

**8. Система B2B обслуживает расчеты между:**

- а) электронными магазинами и покупателями;
- б) государством и фирмами;
- в) двумя или более фирмами;
- г) государством и населением.

**9. Субъекты систем электронной коммерции классифицируются по:**

- а) типу пользователя;
- б) характеру используемой системы;
- в) виду бизнеса;
- г) периодичности использования системы;
- д) месту системы электронной коммерции на предприятии.

**10. Виды бизнеса можно классифицировать по:**

- а) сфере деятельности;
- б) географическому охвату;
- в) форме собственности;
- г) объектам и субъектам;
- д) стадии жизненного цикла вида бизнеса.

**11. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2B?**

- а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
- б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;
- в) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.

**12. Основными моделями электронных транзакций на сегодняшний день являются модели:**

- а) B2B и C2C;
- б) B2C и B2B;
- в) B2C и C2B.

**13. Стандарты ЭДИФАКТ - это...**

- а) правила, рекомендованные Организацией Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте;
- б) международный стандарт работы с коммерческой информацией в электронном виде;
- в) правила создания, обмена и обработки электронных сообщений при совершении коммерческих операций с помощью технологий электронной коммерции.

**14. При создании систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:**

- а) локальные, специально созданные для систем электронной коммерции;
- б) общероссийские;
- в) международные;

г) все перечисленные.

**15. Бизнес процессы различаются по:**

- а) виду процесса;
- б) отношению к внешней среде;
- в) месту системы электронной коммерции на предприятии;
- г) возможной степени вовлечения в электронную коммерцию.

**16. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2G?**

- а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
- б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;
- в) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.

**17. Классификатор информации – это...**

- а) полный перечень понятий из какой-либо предметной области, сгруппированных по принятому признаку классификации и присвоенных им кодов;
- б) перечень закодированных понятий, используемых для автоматизированной обработки информации в какой-либо предметной области;
- в) перечень понятий из какой-либо предметной области, сгруппированных по принятому признаку классификации.

**18. Объекты систем электронной коммерции классифицируются по:**

- а) товарам производственного назначения;
- б) потребительским товарам;
- в) услугам;
- г) типу пользователя.

**19. Пересмотр классификатора ИНКОТЕРМС-2000 и его замена на ИНКОТЕРМС-2010 был вызван...**

- а) произошедшими изменениями в условиях поставки товаров в соответствии с правилами международной торговли;
- б) необходимостью предоставления возможности участникам коммерческих сделок использовать электронные сообщения при выполнении своих обязательств, связанных с поставкой товаров;
- в) истечением срока действия классификатора ИНКОТЕРМС-2010.

**Критерии оценки:**

**2 балла (зачтено)**- выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**1,2 балла (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**0,5 балла (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий;

**0 баллов (не зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_

(подпись и дата)

Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Электронная коммерция»  
Раздел 2. «Интернет-технологии электронной коммерции»**

**1. On-line – это...**

- а) информационная сеть;
- б) команда;
- в) режим реального времени;
- г) утилита.

**2. НТТР - это...**

- а) язык для создания web-сайта;
- б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных web-систем;
- в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет;
- г) система доменных имен.

**3. Датский (голландский) аукцион - это ...**

- а) аукцион с повышением цены;
- б) аукцион с уменьшением цены;
- в) аукцион с зарезервированной ценой;
- г) такого типа аукциона нет.

**4. Доменное имя - это...**

- а) уникальное имя пользователя Интернета;
- б) уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое является необходимым элементом адреса Интернета;
- в) уникальный адрес компьютера, подключенного к сети Интернет;
- г) юридический адрес компании.

**5. Web-сайт – это...**

- а) набор правил, ограничивающих все, что связано с работой сети;
- б) совокупность, последовательность однородных, однотемных записей, информационных сведений, составляющих единое целое и хранящихся во внешней памяти ЭВМ;
- в) узел Интернета, т.е. компьютер, подключенный к сети Интернет;
- г) уникальное имя пользователя Интернета.

**6. Укажите решения для организации торгового представительства в сети Интернет.**

- а) аренда интернет-магазина;
- б) покупка интернет-магазина;
- в) регистрация электронной почты;
- г) открытие страницы в электронной торговом ряду;
- д) аренда торгового места в торговом комплексе.

**7. Гипертекст – это...**

- а) представление текста в виде строчек чисел;
- б) документированная информация;
- в) организация нелинейной последовательности записи и чтения информации, объединенной на основе ассоциативной связи с помощью интерактивных ссылок;

г) текст, содержащий графическую информацию.

**8. Торговая площадка – это...**

- а) реализованное в сети Интернет представительство путем создания web-серверов для продажи товаров физическим лицам;
- б) место для проведения маркетинговых исследований;
- в) место где заключаются сделки и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций между юридическими лицами;
- г) совместные действия по получению дохода бизнесмена и автоматизированного средства по обмену информацией между государством и населением

**9. Off-line – это...**

- а) режим информационного пакетного обмена;
- б) команда;
- в) телекоммуникационная сеть;
- г) операционная система.

**10. Интернет-трейдинг — это...**

- а) создание брокерской фирмы в Интернете;
- б) предоставление клиенту в реальном времени через Интернет информации о состоянии фондового и валютного рынков;
- в) услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку (продажу) ценных бумаг и валюты в реальном времени через Интернет;
- г) управление банковским счетом через Интернет.

**11. HTML - это...**

- а) язык для создания web-сайта;
- б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных web-систем;
- в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет;
- г) прикладная программа.

**12. Аукцион с точки зрения взаимодействия субъектов электронной коммерции можно отнести к следующей модели электронной коммерции...**

- а) B2B;
- б) C2C;
- в) C2G;
- г) B2C.

**13. Интернет – это...**

- а) код, указывающий положение информации в ЭВМ;
- б) совокупность информационных технологий и баз данных, которые доступны при помощи этих технологий;
- в) совокупность соединенных между собой информационных серверов-компьютеров, на которых хранится различная информация, в том числе и самих пользователей этой информации;
- г) прикладная программа.

**14. WWW (World Wide Web) – это...**

- а) распределенная информационная система мультимедиа, основанная на гипертексте;
- б) электронная книга;
- в) протокол размещения информации в Интернет;
- г) информационная среда обмена файлами.

**15. Интернет-банкинг - это...**

- а) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;
- б) создание виртуального банка в Интернете;
- в) получение банковского кредита через Интернет;
- г) услуга, предоставляемая он-лайн брокером.

**16. Интернет-аукцион это...**

- а) способ продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, с публичного торга в сети в процессе которого устанавливается их конечная цена;
- б) способ изменения розничной цены товара путем ее согласования продавцом и покупателем;
- в) способ продажи товара, основанный на конкуренции покупателей;
- г) способ продажи товара, основанный на конкуренции продавцов.

**17. Выберите критичные для бизнеса группы сайтов**

- а) веб-представительство;
- б) веб-сервис;
- в) сайт компании смешанного бизнеса;
- г) сайт компании электронного бизнеса;
- д) корпоративный портал.

**18. Расположите действия по созданию веб-сайта в порядке выполнения.**

- а) мероприятия по продвижению сайта;
- б) реализация дизайна сайта;
- в) проведение маркетинговых исследований и определение целевого сегмента потребителей;
- г) оценка эффективности веб-сайта;
- д) реализация дизайна сайт и информационное наполнение.

**19. Виртуальный магазин – это...**

- а) совместные действия по получению дохода бизнесмена и автоматизированного средства связи по обмену информацией (компьютер, сотовый телефон);
- б) захват рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка;
- в) реализованное в сети Интернет представительство путем создания web-серверов для продажи товаров;
- г) совместные действия по получению дохода бизнесмена и автоматизированного средства по обмену информацией между государством и населением.

**20. Укажите организационные модели торговых площадок.**

- а) торговый ряд;
- б) биржа;
- в) аукцион;
- г) сообщество;
- д) веб-витрина;
- е) каталог.

**21. Система «Банк-клиент» предназначена, прежде всего, для осуществления расчетов в сфере:**

- а) B2B;
- б) C2C;
- в) C2G;
- г) B2C.

**22. Аутентификация – это...**

- а) тайнопись;
- б) техника скрытой передачи или скрытого хранения информации;
- в) информация, передаваемая по сети Интернет;
- г) подпись, которой заверяется электронная почта;
- д) установление законным получателем факта, что полученное сообщение послано законным отправителем.

**23. Цифровые деньги – это...**

- а) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу;
- б) единица количества информации в двоичной системе счисления;
- в) цепочка бит в форме выпускаемых и заверенных организацией-эмитентом купонов;

г) банковская карта.

**24. Требование масштабируемости к платежной системе означает, что ...**

- а) система должна предусматривать возможность увеличения числа используемых платежных средств;
- б) система должна предусматривать возможность обслуживать различные категории электронных платежей;
- в) система должна предусматривать возможность увеличения числа покупателей и продавцов, использующих систему;
- г) система должна предусматривать увеличение суммы платежа в процессе транзакции.

**25. Формы расчетов в системе электронных платежей:**

- а) банковская карта;
- б) электронный чек;
- в) цифровые деньги;
- г) терминал;
- д) банковский перевод.

**26. Электронный чек – это...**

- а) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу электронной почтой;
- б) единица количества информации в двоичной системе счисления;
- в) перевод денежных средств со счета на счет посредством передачи электрических сигналов без участия бумажных носителей;
- г) цепочка бит в форме выпускаемых и заверенных организацией-эмитентом купонов.

**27. В платежных системах Интернета транзакция - это...**

- а) цепочки цифр, представляющие определенное количество денег;
- б) цепочка бит в форме заверенных банком купонов, выпускаемых и погашаемых банком;
- в) иницируемая держателем банковской карты последовательность сообщений, вырабатываемых участниками системы и передаваемых от участника к участнику для обслуживания держателя карты;
- г) документ, в котором плательщик дает указание своему банку о перечислении денег и который передается продавцу электронной почтой;
- д) любая банковская карта или функция карты, содержащая реальную ценность в форме электронных денег, которые владелец карты заплатил заранее;
- е) проверка счета покупателя в банке.

**28. Банковская карта – это...**

- а) цепочки цифр, представляющие определенное количество денег;
- б) средство составления расчетных и иных документов, подлежащих оплате за счет клиента банка;
- в) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу;
- г) персонализированный платежный инструмент для осуществления безналичных платежей.

**29. В настоящее время для осуществления потребительских платежей электронным способом наиболее популярны системы, основанные на использовании...**

- а) цифровых денег;
- б) кредитных карточек;
- в) электронных чеков;
- г) интернет-банкинга.

**30. Банковские карты бывают:**

- а) с магнитной полоской;
- б) с микропроцессором;
- в) обыкновенные;
- г) все перечисленные.

**31. Требование целостности информации при организации платежной системы Интернета означает, что...**

- а) информация не должна подвергаться делению на части;
- б) информация не может быть изменена кем-либо, кроме покупателя и уполномоченных на это лиц;
- в) информация не должна искажаться в процессе ее передачи;
- г) информация должна быть зашифрована.

**32. Выберите дебетовые платежные системы:**

- а) PayPal;
- б) WebMoney;
- в) Яндекс.Деньги;
- г) Онлайн терминал;
- д) ХроноПэй;
- е) Рапида.

**33. Дебетовые платежные системы работают с...**

- а) электронными чеками и цифровыми деньгами;
- б) только с электронными чеками;
- в) только с цифровыми деньгами;
- г) с пластиковыми картами.

**34. Авторизация - это...**

- а) процесс, в ходе которого требование на проведение транзакции одобряется или отклоняется платежной системой;
- б) процесс установления личности продавца или покупателя;
- в) обеспечение защиты информации от несанкционированного доступа;
- г) шифрование сообщения.

**35. Выберите верное описание фиатных денег.**

- а) фиатные деньги это пластиковые карты;
- б) фиатные деньги обязательно выражены в одной из государственных валют и являются разновидностью денежных единиц платежной системы одного из государств;
- в) фиатные деньги являются электронными единицами стоимости негосударственных платежных систем;
- г) такого понятия в системах электронных платежей нет.

**36. Под микроплатежами понимают.**

- а) транзакции объемом приблизительно до 1 у.е.;
- б) транзакции объемом приблизительно до 3 у.е.;
- в) транзакции объемом приблизительно до 5 у.е.;
- г) транзакции объемом не менее 3 у.е.

**37. В состав инструментов веб-маркетинга могут входить:**

- а) веб-сайт;
- б) электронная почта;
- в) телеконференции;
- г) баннерная реклама;
- д) оффлайн реклама;
- е) брендинг в сети Интернет.

**38. К инструментам веб-аналитики относят...**

- а) файлы cookies;
- б) log-анализаторы;
- в) системы голосования;
- г) счетчики.

**39. Баннер – это...**

- а) документированная информация;



- б) рекламный графический блок правильной формы, связанный гиперссылкой с web-страницей рекламодателя;
- в) виртуальный магазин;
- г) реклама на телевидении.

**40. Система Rambler – это...**

- а) счетчик;
- б) поисковая система;
- в) сеть обмена баннерами;
- г) Интернет-магазин.

**41. Укажите сайты систем веб-аналитики.**

- а) Яндекс.Метрика;
- б).Rambler's Top100;
- в) Google Analytics;
- г) OpenStat;
- д) HotLog.

**42. Выберите основные критерии юзабилити.**

- а) изучаемость;
- б) продуктивность;
- в) экономичность;
- г) запоминаемость;
- д) удовлетворенность;
- е) эффективность.

**43. Способы продвижения товара в сети Интернет включают в себя...**

- а) баннерную рекламу;
- б) оффлайновую рекламу;
- в) продвижение с помощью регистрации в поисковых системах и каталогах;
- г) платную рекламу;
- д) демонстрационную продажу;
- е) бонусные программы.

**44. Укажите основные элементы комплекса интернет-маркетинга.**

- а) товар;
- б) полезность;
- в) продвижение;
- г) место продаж;
- д) цена.

**45. Конверсия это...**

- а) способ формирования рекламного бюджета;
- б) отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта;
- в) комплекс рекламных мероприятий;
- г) количество посетителей сайта.

**46. Яндекс.Метрика это...**

- а) система веб-аналитики;
- б) интернет-аукцион;
- в) программа-счетчик;
- г) log-анализатор.

**47. Система SpyLog -это**

- а) сеть обмена баннерами;
- б) счетчик посетителей сайта;
- в) система сбора и анализа статистики Интернет-проекта;
- г) система, предоставляющая финансовые услуги.

**48. Укажите сайты систем интернет-статистики.**

- а) Яндекс.Метрика;
- б) Rambler's Top100;
- в) Google Analytics;
- г) OpenStat;
- д) HotLog.

**49. Установите соответствие между модели расчета стоимости рекламы в сети интернет и показателями**

- |                              |        |
|------------------------------|--------|
| а) по количеству посетителей | а) CPS |
| б) за конкретные действия    | б) CPV |
| в) по стоимости продаж       | в) CPC |
| г) по количеству щелчков     | г) CPA |
| д) по количеству показов     | д) CPM |

**50. Укажите какой показатель соответствует модели расчета стоимости рекламы – по количеству щелчков**

- а) CPV;
- б) CPA;
- в) CTR;
- г) CPM;
- д) CPS.

**Критерии оценки:**

**3 балла (зачтено)**- выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**2 балла (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**1 балл (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий;

**0 баллов (не зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Электронная коммерция»  
Раздел 3. «Эффективность электронной коммерции»**

- 1. Расположите в порядке выполнения последовательность действий при оценке эффективности электронной коммерции.**
  - а) организация получения необходимых статистических и иных данных для определения показателей эффективности;
  - б) определение предметной области оценки эффективности электронной коммерции;
  - в) анализ полученных результатов и принятие решений;
  - г) выявление показателей эффективности деятельности по достижению поставленной цели;
  - д) расчет показателей эффективности;
  - е) формулирование критерия эффективности;
  - ж) определение целевой функции деятельности хозяйствующего субъекта в этой области.
- 2. Возможные направления оценки эффективности электронной коммерции:**
  - а) экономическое;
  - б) финансовое;
  - в) маркетинговое;
  - г) организационное;
  - д) бюджетное.
- 3. Эффективность электронной коммерции, это...**
  - а) отношение полученного результата к затратам на его получение;
  - б) категория для обозначения меры соответствия технологий, приемов и правил в электронной коммерции потребностям хозяйствующих субъектов при достижении ими на рынке целей совершаемых коммерческих операций;
  - в) категория для обозначения преимуществ в проведении коммерческой операции методами электронной коммерции по сравнению с обычными методами.
- 4. Укажите показатели, которые используются при оценке организационной эффективности:**
  - а) посещаемость страниц сайт;
  - б) эффективность источника;
  - в) интеграции с существующей информационной системой;
  - г) эффективность баннерной рекламы;
  - д) интегрированность новой системы с существующей деятельностью предприятия;
  - е) эффективность преобразования посетителей в покупателей.
- 5. Критерий эффективности, это...**
  - а) главный показатель эффективности проведения коммерческой операции;
  - б) анализ совокупности показателей эффективности проведения коммерческой операции;
  - в) правило, по которому выбранные показатели эффективности сравниваются между собой или с установленной нормой.
- 6. К единовременным затратам при создании системы электронной коммерции относят:**
  - а) затраты на первоначальный анализ и планирование;
  - б) стоимость необходимого оборудования;

- в) стоимость программного обеспечения;
- г) вложения в организацию линии связи;
- д) стоимость вспомогательного оборудования;
- е) затраты на подготовку и переподготовку кадров;
- ж) амортизационные отчисления.

**7. Критерий эффективности коммерческой операции должен формулироваться исходя из:**

- а) условий проведения коммерческой операции;
- б) целей проведения коммерческой операции;
- в) территориальной принадлежности компании;
- г) вида коммерческой операции;
- д) объемов коммерческой операции.

**8. При оценке экономической эффективности системы электронной коммерции к эксплуатационным расходам относят:**

- а) заработную плату обслуживающего персонала;
- б) расходы на вспомогательные материалы;
- в) взносы за доменное имя;
- г) арендную плату за каналы связи;
- д) затраты на первоначальный анализ и планирование;
- е) плату провайдеру услуг Интернета;
- ж) амортизационные отчисления;
- з) расходы на проводимые рекламные кампании.

**9. Укажите показатели, которые используются при оценке маркетинговой эффективности:**

- а) посещаемость страниц сайт;
- б) эффективность сходов на сайт;
- в) интеграции с существующей информационной системой;
- г) эффективность баннерной рекламы;
- д) количество повторных посещений;
- е) эффективность преобразования посетителей в покупателей.

**10. Напишите понятие, определение которого дано:**

... - величина, которая количественно характеризует ту или иную сторону исследуемого процесса.

**Критерии оценки:**

**1 балл (зачтено)**- выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**0,6 балла (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**0,2 балла (зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий;

**0 баллов (не зачтено)**- - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)**

**по дисциплине «Электронная коммерция»**

**Раздел 4. «Безопасность и правовое обеспечение электронной  
коммерции»**

**1. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается...**

- а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
- б) в отношении стоимости системы защита в стоимости взлома этой системы;
- в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности

**2. Безопасность электронной коммерции – это**

- а) комплекс мероприятий по защите от угроз при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции;
- б) состояние защищенности интересов субъектов отношений, совершающих коммерческие операции (сделки) с помощью технологий электронной коммерции от угроз материальных и иных потерь;
- в) состояние электронных средств, обеспечивающее защиту от угроз материальных и иных потерь при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции.

**3. Прямые убытки субъектов электронной коммерции, возникающие в результате нарушения безопасности, выражаются в...**

- а) стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации;
- б) стоимости незаконных операции с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- в) стоимости текущих расходов, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности;
- г) стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьи лицам.

**4. Понятие «безопасность» любого предприятия или организации включает в себя:**

- а) физическую безопасность;
- б) экономическую безопасность;
- в) информационную безопасность;
- г) физическую, экономическую и информационную безопасность;
- д) физическую и экономическую безопасность;
- е) информационную и материальную безопасность.

**5. К общим принципам создания и работы системы безопасности относятся:**

- а) принцип защиты всех от всех;
- б) принцип персональной ответственности;
- в) принцип минимального риска;
- г) принцип неопределенности;
- д) принцип разграничения полномочий;
- е) принцип невозможности создания идеальной системы защиты.

**6. При создании системы безопасности электронной коммерции руководствуются:**

- а) принципом достаточности, который заключается в том, чтобы проводимые мероприятия с учетом потенциальных угроз были минимальными и достаточными;
- б) принципом максимальной минимизации ущерба от потенциальных угроз;
- в) принципом обеспечения безопасности от всех угроз.

**7. Криптография - это...**

- а) устройство для ограничения доступа в сеть;
- б) шифрование, тайнопись;
- в) защита от навязывания ложных сообщений путем формирования в зависимости от секретного ключа специальной дополнительной информации;
- г) беседа или дружеский разговор.

**8. Принцип невозможности создания идеальной системы защиты обусловлен...**

- а) ограниченностью ресурсов, с которыми, как правило, располагает система безопасности;
- б) неопределенностью, а именно: когда, кто, где и каким образом попытается нарушить безопасность объекта защиты;
- в) и тем, и другим.

**9. К организационным принципам создания и работы системы безопасности относятся:**

- а) принцип защиты всех от всех;
- б) принцип персональной ответственности;
- в) принцип последовательных рубежей;
- г) принцип взаимодействия и сотрудничества;
- д) принцип разграничения полномочий;
- е) принцип законности.

**10. К умышленным угрозам относят:**

- а) ошибки обслуживающего персонала;
- б) компьютерные преступления;
- в) программные сбои;
- г) компьютерные вирусы.

**11. К неумышленным угрозам относят:**

- а) ошибки обслуживающего персонала;
- б) акты саботажа;
- в) программные сбои;
- г) компьютерные вирусы

**12. Косвенные убытки субъектов электронной коммерции, возникающие в результате нарушения безопасности, выражаются в...**

- а) стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации;
- б) стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- в) стоимости текущих расходов, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности;
- г) стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьи лицам.

**13. В соответствии с законодательством РФ лица, незаконно получившие информацию, составляющие коммерческую тайну, обязаны:**

- а) не передавать ее «третьим лицам»;
- б) известить об этом законного владельца;
- в) обязаны возместить причиненные владельцу убытки.

**14. Признает ли гражданское законодательство допустимость использования при оформлении договоров электронных форм документов?**

- а) нет, не признает;
- б) признает при условии наличия электронно-цифровой подписи;

- в) признает только в части прав распоряжения денежными средствами, находящимися на счете при использовании аналогов собственноручной подписи, кодов, паролей и иных средств, подтверждающих, что распоряжение дано уполномоченным на это лицом;
- г) да, признает.

**15. В чем назначение (цель) Федерального закона «Об электронной цифровой подписи»?**

- а) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе;
- б) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе при наличии оригинала документа на бумажном носителе;
- в) обеспечить правовые условия использования электронной цифровой подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе;
- г) обеспечить правовые условия использования электронной подписи, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в оригинале документа на бумажном носителе.

**16. Электронная цифровая подпись – это...**

- а) аналог собственноручной подписи, реализованный в электронном виде;
- б) признак того, что полученный файл отправлен именно владельцем электронной цифровой подписи и в том виде, как он был составлен отправителем;
- в) специальным образом подготовленное электронное сообщение, подтверждающее его целостность и авторство отправителя

**17. Что понимается под документом, или документированной информацией, в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»**

- а) зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать;
- б) информация, зафиксированная на бумажном носителе и заверенная подписью руководителя и печатью организации;
- в) упорядоченная совокупность данных, зафиксированных с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
- г) представленная на материальном носителе информация, имеющая аналог на бумажном носителе, оформленный в соответствии с существующими правилами.

**18. Как соотносятся электронная цифровая подпись на документе и обыкновенная подпись?**

- а) ЭЦП имеет большую юридическую силу;
- б) они имеют равную юридическую силу;
- в) ЭЦП имеет меньшую юридическую силу.

**19. Открытый ключ цифровой подписи - это...**

- а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;
- б) уникальная последовательность символов, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;
- в) документ на бумажном носителе или электронный документ с электронной цифровой подписью уполномоченного лица удостоверяющего центра, которые удостоверяющим цен-

тром участнику информационной системы для подтверждения подлинности электронной цифровой подписи и идентификации владельца сертификата ключа подписи.

#### **20. Сертификат ключа подписи - это...**

а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;

б) уникальная последовательность символов, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;

в) документ на бумажном носителе или электронный документ с электронной цифровой подписью уполномоченного лица удостоверяющего центра, которые удостоверяющим центром участнику информационной системы для подтверждения подлинности электронной цифровой подписи и идентификации владельца сертификата ключа подписи;

#### **Критерии оценки:**

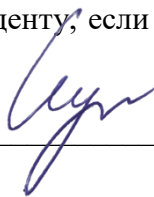
**2 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 90 до 100% заданий;

**1,2 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно выполнено от 70 до 89% заданий;

**0,5 балла (зачтено)**- выставляется студенту, если правильно выполнено от 50 до 69% заданий.

**0 баллов (не зачтено)**- выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% заданий.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Операционная игра  
по дисциплине «Электронная коммерция»**

**1. Тема (проблема) «Использование и анализ торговых Интернет-систем»**

**2. Концепция игры**

Занятие проводится в компьютерном классе.

Студенты делятся на малые группы по 2-3 человека.

Каждая группа должна выбрать одно из направлений торговой деятельности и самостоятельно найти в сети интернет торговую систему, осуществляющую этот вид деятельности (продающую указанные товары или оказывающую данные услуги).

Группы должны симитировать действия посетителя при совершении покупки в интернет-магазине и по результатам своих действий подготовить отчет-презентацию.

В конце занятия каждая группа представляет свой отчет и делится выводами о процедуре совершения покупки.

Подводится итог занятия путем составления общей таблицы оценки интернет магазинов по указанным в задании критериям.

Студентам предлагается в процессе дискуссии:

- расположить критерии оценки магазинов по убыванию их важности для покупателя;

- расположить электронные магазины по степени удовлетворения критериям.

По результатам составления итоговой таблицы выбирается «лучший» и «худший» магазин.

Зачет выставляется участникам игры, которые подробно проанализировали процесс совершения покупки в магазине и представили полный, качественно оформленный отчет-презентацию.

Дополнительными баллами поощряется оригинальность презентации, активное участие в процессе составления итоговой таблицы.

**3. Роли:**

- покупатель;

**4. Ожидаемые результаты**

Студенты должны научиться совершать покупки в торговых системах, уметь анализировать достоинства и недостатки в построении торговых Интернет-систем.

**Критерии оценки:**

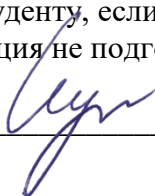
**1 балл (зачтено)** – выставляется студенту если, ситуация разносторонне проанализирована, даны ответы на все вопросы, ошибок нет, предложены обоснованные аргументы и приведены примеры, для всех слайдов презентации соблюдался единый стиль оформления, для представления информации на слайде использовались возможности компьютерной анимации, презентация содержит ценную, полную, понятную информацию, раскрывающую суть темы, выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи, свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории;

**0,7 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация разносторонне проанализирована, даны ответы на все вопросы, допущено не более 1 ошибки, предложены обоснованные аргументы и приведены примеры базовой эффективности аналогичных решений, компетенции, осваиваемые в ходе изучения дисциплины, присутствуют в полном объеме, электронная презентация служит иллюстрацией к выступлению, но не заменяет его, выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи, но не всегда отвечает на вопросы;

**0,3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация поверхностно проанализирована, даны ответы на все вопросы, допущено более 2 ошибок, обоснованных аргументов не предложено, слайды наполнены слишком большим объемом информации, имеет место злоупотребление различными анимационными эффектами, отвлекающими внимание от содержания информации на слайде, выступающий владеет содержанием, но не поддерживает контакт с аудиторией, не может ответить на вопросы.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация практически не проанализирована, ответов на вопросы нет, презентация не подготовлена.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Кейс-задание  
по дисциплине «Электронная коммерция»**

**Раздел 1. «Введение в электронную коммерцию»**

**Задание:**

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается группе слушателей (5-6 человек). Защиту задания рекомендуется проводить в форме коллективной презентации или оформлять результаты исследования в виде файла.

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия (вариант 1):

- зайти на сайт Администратора национального домена RU - Координационного центра национального домена сети Интернет, на котором представлен список аккредитованных регистраторов;<sup>1</sup>
- провести сравнительный анализ аккредитованных регистраторов (количество, правовая форма, город и год создания компании, ключевые направления деятельности, спектр услуг по регистрации доменных имен и цены);
- оценить следующие детерминанты развития Рунета в динамике за несколько последних лет: количество пользователей, количество сайтов, количество доменных имен;
- сформулировать ключевые тенденции развития Рунета.

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия (вариант 2):

- зайти на сайт Администратора национального домена CN - China Internet Network Information Center (CNNIC), на котором представлен список аккредитованных регистраторов Китая;<sup>2</sup>
- провести сравнительный анализ аккредитованных регистраторов (количество, правовая форма, город и год создания компании, ключевые направления деятельности, спектр услуг по регистрации доменных имен и цены);
- оценить следующие детерминанты развития Синета в динамике за несколько последних лет: количество пользователей, количество сайтов, количество доменных имен;<sup>3</sup>
- сформулировать ключевые тенденции развития Синета.

**Раздел 2. «Интернет-технологии электронной коммерции»**

**Задание 1:**

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

<sup>1</sup> Координационного центра национального домена RU сети Интернет <http://www.cctld.ru/ru>

<sup>2</sup> CNNIC China Internet Network Information Center - <http://www.cnnic.cn>

<sup>3</sup> 25th Statistical Survey Report on Internet Development in China (January 2010) China Internet Network Information Center CN (Электронный ресурс): CNNIC.CN, 2010. Режим доступа: World Wide Web. URL: <http://www.cnnic.cn>

Группа студентов исследует одну из национальных электронных платежных систем России (WebMoney, E-PORT.RU, Яндекс.Деньги, Рапида, RBK Money, CyberPlat, Money Mail, Rumbler Plus, Единый кошелек, КредитПилот, Монета.ру и т.д. ), международной или другой страны (PayPal, Moneybookers, EasyPay AliPay, AlertPay, E-gold, Google Checkout, NetCash и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года (количество пользователей и активных пользователей);
- заведение счета в системе и основные особенности системы;
- особенности личного цифрового сертификата;
- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития электронной платежной системы.

### **Задание 2:**

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet. Группа студентов (2-3 человека) собирает информацию по спектру предлагаемых услуг Internet-рекламы в Рунет и ценам на них.

Задание выдается творческому коллективу из 2-3 студентов. Коллективу определяется объект продвижения. Каждому участнику творческого коллектива провести опрос не менее чем 5-ти респондентов на тему «Какие ключевые фразы вы использовали бы для поиска информации о продукте...». Построить рейтинг ответов, изучить статистику по лидерам рейтинга. Совокупность ключевых (поисковых) фраз разбить на логические группы, каждой группе присвоить значащие названия, разработать рекламное объявление для каждой группы поисковых фраз.

Результаты оформить в виде презентации и представить на практическом занятии.

## **Раздел 4. «Безопасность и правовое обеспечение электронной коммерции»**

### **Задание:**

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Группа студентов исследует один из сервисов (платежных шлюзов), обеспечивающих безопасность платежей в Интернет (Assist, ChronoPay, Payment, Robokassa, Z-Payment и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;
- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.

### **Критерии оценки:**

**1 балл (зачтено)** – выставляется студенту если, ситуация разносторонне проанализирована, даны ответы на все вопросы, ошибок нет, предложены обоснованные аргументы и приведены примеры, для всех слайдов презентации соблюдался единый стиль оформления, для представления информации на слайде использовались возможности компьютерной анимации,

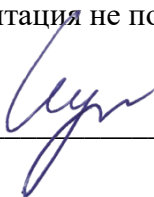
презентация содержит ценную, полную, понятную информацию, раскрывающую суть темы, выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи, свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории;

**0,7 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация разносторонне проанализирована, даны ответы на все вопросы, допущено не более 1 ошибки, предложены обоснованные аргументы и приведены примеры базовой эффективности аналогичных решений, компетенции, осваиваемые в ходе изучения дисциплины, присутствуют в полном объеме, электронная презентация служит иллюстрацией к выступлению, но не заменяет его, выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи, но не всегда отвечает на вопросы;

**0,3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация поверхностно проанализирована, даны ответы на все вопросы, допущено более 2 ошибок, обоснованных аргументов не предложено, слайды наполнены слишком большим объемом информации, имеет место злоупотребление различными анимационными эффектами, отвлекающими внимание от содержания информации на слайде, выступающий владеет содержанием, но не поддерживает контакт с аудиторией, не может ответить на вопросы.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если ситуация практически не проанализирована, ответов на вопросы нет, презентация не подготовлена.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Темы эссе  
(рефератов)**

**по дисциплине «Электронная коммерция»**

1. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
2. Виды бизнес-моделей электронного сбыта и их влияние на формирование электронных рынков
3. Интернет-витрина — первый шаг в создании Интернет-магазина.
4. Виртуальные аукционы, их разновидности и организация работы.
5. Интернет-логистика.
6. Мобильная коммерция.
7. Мобильные платежи.
8. Российские системы Интернет-банкинга.
9. Технологии NFC в системе электронных платежей.
10. Биткойн - инновационная платежная сеть.
11. Брэнддинг в среде Интернета.
12. Особенности рекламы в Интернете.
13. CRM как компонент обслуживания потребителей.
14. Преступность в Интернет.
15. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции.
16. Правовые проблемы регулирования доменных имен.

**Критерии оценки:**

**Подготовка реферата**

**1 балл (зачтено)** - выставляется, если тема соответствует содержанию; определена и глубоко изучена проблема; материал логично изложен; докладчик свободно владеет материалом, изложение ведется с опорой на тезисы; регламент изложения соблюдается;

**0,7 балла (зачтено)** - выставляется, если тема соответствует содержанию; определена и изучена проблема; материал логично изложен, докладчик хорошо владеет материалом, изложение ведется с опорой на тезисы; регламент изложения соблюдается;

**0,3 балла (зачтено)** - выставляется, если тема не вполне соответствует содержанию; проблема определена, но изучена поверхностно; материал не логично изложен, докладчик с трудом ориентируется в материале, наблюдается сплошное чтение текста; регламент изложения не соблюдается;

**0 баллов (не зачтено)** – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

**Подготовка эссе**

**1 балл (зачтено)** - выставляется, если тема соответствует содержанию; определена и выделена проблема; обучающийся раскрыл не только суть проблемы, но и привел различные точки зрения и выразил собственные взгляды на нее; эссе не содержит речевых и грамматических ошибок;

**0,7 балла (зачтено)** - выставляется, если тема соответствует содержанию; определена и выделена проблема; не точно раскрыта суть проблемы; эссе содержит 1-2 речевых и грамматических ошибок;

**0,3 балла (зачтено)** - выставляется, если тема не вполне соответствует содержанию; не точно определена и выделена проблема; материал не логично изложен; имеются грамматические и речевые ошибки;

**0 баллов (не зачтено)** – выставляется, если тема не соответствует содержанию; не определена и выделена проблема; материал не логично изложен; имеются грамматические и речевые ошибки.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_



Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

### Кафедра бухгалтерского учета и анализа

## Задания для проведения электронного практикума по дисциплине «Электронная коммерция»

### Электронный практикум 1 «Взаимодействие субъектов и объектов электронной коммерции»

Цель: формирование знаний в области программных и аппаратных средств интернет-технологий

Задачи:

- формирование умений применять программные средства интернет-технологий, локальные и глобальные сети в профессиональной деятельности;
- выработка навыков взаимодействия со службами информационных технологий, обработки деловой информации.

Методические указания по использованию оценочного средства:

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

Задания для выполнения практикума:

1. Ознакомьтесь с инструментами поиска информации поисковых систем [www.google.ru](http://www.google.ru), [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru), [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru), [www.list.ru](http://www.list.ru), [www.stars.ru](http://www.stars.ru), [www.bing.com](http://www.bing.com). Для этого изучите раздел *Помощь* на сайтах соответствующих поисковых систем.
2. Проведите сравнительный анализ результатов поиска информации ресурсов по электронной коммерции с помощью 3 поисковых систем: [www.google.ru](http://www.google.ru), [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru), [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru), [ru.yahoo.com](http://ru.yahoo.com). Примерный вид запросов для поиска: e-commerce, электронная коммерция. В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам. Результаты анализа результатов поиска по разным поисковым системам и по запросам оформите в виде таблицы.
3. Выполните расширенный поиск ресурсов по электронной коммерции, ограничив дату подготовки документа – только за текущий год. Сравните результаты расширенного поиска в поисковых системах [www.google.ru](http://www.google.ru), [ru.search.yahoo.com](http://ru.search.yahoo.com), [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru), [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru). В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам. Результаты анализа результатов поиска оформите в виде таблицы.
4. Ознакомьтесь на сайтах тематических каталогов [top100.rambler.ru](http://top100.rambler.ru), [list.mail.ru](http://list.mail.ru), [catalog.aport.ru](http://catalog.aport.ru) с принципами работы каталогов. Составьте сравнительную таблицу, в которой отметьте параметры, по которым производится регистрация ресурса в каталогах.
5. Выполните поиск ресурсов по экономике и финансам в тематических каталогах [top100.rambler.ru](http://top100.rambler.ru), [list.mail.ru](http://list.mail.ru), [catalog.aport.ru](http://catalog.aport.ru). Сравните результаты поиска. В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам.
6. Выполните поиск ресурсов о состоянии электронной коммерции в России с помощью системы метапоиска: [www.nigma.ru](http://www.nigma.ru), [poisk.ru/katalog](http://poisk.ru/katalog), [www.metacrawler.com](http://www.metacrawler.com), [exactus.ru](http://exactus.ru), [www.metabot.ru](http://www.metabot.ru). Сравните результаты поиска ресурсов по различным поисковым системам и каталога. Наиболее результативные (по количеству найденных документов) приведите в своем отчете.



7. Выполните поиск информации о некоторых классификаторах, используемых в системах ЭК: Страны мира, Валюты, Условия поставки «Инкотермс-2010. Подготовьте отчет, в котором для каждого классификатора укажите название, его назначение и примеры кодов.

### Электронный практикум 2 «Торговые системы в Интернет»

**Цель:** формирование знаний в области классификации систем электронной коммерции

**Задачи:**

- ознакомиться с торговыми и финансовыми интернет-системами;
- ознакомиться с классификацией систем электронной коммерции по типу взаимодействия бизнес-субъектов и видами их организационных моделей;
- выработка навыков классификации интернет-систем.

**Методические указания по использованию оценочного средства:**

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

**Задания для выполнения практикума:**

1. Используя таблицу 1 с адресами Internet-ресурсов, укажите принадлежность каждого сайта к той или иной разновидности классификации по типу взаимодействия бизнес-субъектов электронной коммерции.

В текстовом редакторе создайте таблицу, в которой отметьте принадлежность сайта путем размещения любого знака в соответствующей ячейке. Сохраните созданный документ в своей папке на диске под именем Классификация СЭК.doc.

Таблица-1

Классификация систем электронной коммерции

WWW-адрес	Классификация систем электронной коммерции			
	B2B	B2C	C2C	B2G, G2B, G2G
http://meshok.ru				
http://www.auction.nn.ru				
http://metalinfor.ru				
http://www.gz-spb.ru				
http://www.aufood.ru				
http://www.aptekaonline.ru				
http://www.polypipe.ru				
http://techhome.ru				
http://www.gagen.ru/				
http://www.ozon.ru				
http://molotok.ru				
http://krab.ru				
http://www.mosregzakaz.ru				
http://NGE.ru				
http://www.colibri.ru				

2. В сети Интернет войдите на сайты систем B2B по адресам из таблицы 1 и определите их организационную принадлежность и тип. Результаты анализа представьте в виде таблицы 2 с помощью текстового редактора.

Таблица-2

Системы «бизнес-бизнес»

WWW-адрес	Тип				Модель организации			
	корпоративная	многоотраслевая	отраслевая	продуктовая	каталог	аукцион	биржа	сообщество

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2B.doc.

3. В сети Интернет войдите на сайты систем B2C по адресам из таблицы 1 и определите их классификационную принадлежность. Результаты анализа представьте в виде таблицы 3 с помощью текстового редактора.

Таблица-3

Системы «бизнес-потребитель»

WWW-адрес	По ассортименту				По уровню использования технологий		
	узкоспециализированный	специализированный	комбинированный	универсальный	Интернет-витрина	автоматизированный магазин	электронный торговый ряд

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2C.doc.

4. В сети Интернет войдите на сайты систем C2C по адресам из таблицы 1 и определите используемые на сайте виды аукционов. Результаты анализа представьте в виде таблице 4 с помощью текстового редактора.

Таблица-4

Системы «потребитель-потребитель»

WWW-адрес	Вид аукциона						
	стандартный	голландский	одновременного предложения	двойной	закрытого предложения	с фиксированной ценой	скандинавский

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем C2C.doc.

**Электронный практикум 3 «Системы электронных платежей»**

Цель: формирование знаний в области электронных платежей

Задачи:

- изучить электронные способы совершения платежей;
- изучить возможности электронных платежных систем и их использование в системах электронной коммерции для оплаты товаров и услуг;
- выработка навыков использования платежных интернет систем.

Методические указания по использованию оценочного средства:

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

Задания для выполнения практикума:

1. В сети Интернет войдите на сайты платежных систем по указанным адресам. Ознакомьтесь с информацией об этих системах и подготовьте отчет об их характеристиках с помощью текстового редактора в виде таблицы 1.

Таблица-1

Платежные системы

Адрес web-сайта	Название платежной системы	Используемые платежные средства	Используемые программные продукты
www.cyberplat.ru			
www.assist.ru			
w.qiwi.ru			
money.yandex.ru			
paypal.com			
webmoney.ru			
moneta.ru			

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Платежные системы.doc.

2. Найдите в сети Интернет сайты торговых систем типа B2B, B2C и C2C (по три сайта каждого типа) и проведите анализ систем электронной коммерции с точки зрения использования платежных инструментов. В текстовом редакторе создайте отчет с

таблицей 2, в которой отметьте наличие использования платежных систем на сайте путем размещения любого знака в соответствующей ячейке.

Таблица-2

#### Использование платежных инструментов

WWW-адрес	Платежные инструменты		
	Традиционные платежи	Кредитные карты	Цифровые наличные
			Другие (укажите)

По данным таблицы, проанализируйте, какие платежные инструменты чаще используются для различных групп классификации по взаимодействию бизнес-субъектов электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Дополните свой отчет результатами анализа.

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем Использование ЭП.doc

- С помощью поисковой системы Интернета найдите информацию о системах Интернет-банкинга в сети. С помощью текстового редактора подготовьте отчет, в котором укажите названия трех систем Интернет-банкинга, используемые ими платежные средства (инструменты) и предоставляемые услуги. Отчет может быть оформлен в виде таблицы 3.

Таблица-3

#### Системы Интернет-банкинга

Название системы	WWW-адрес	Платежные средства	Предоставляемые услуги

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Интернет-банкинг.doc.

Замечание: Для поиска систем Интернет-банкинга можно также воспользоваться материалами сайта [www.internetfinance.ru](http://www.internetfinance.ru)

- С помощью поисковой системы Интернет найдите информацию о системах телебанкинга (мобильного банкинга). С помощью текстового редактора подготовьте отчет, в котором укажите названия трех систем телебанкинга, используемое программное обеспечение и предоставляемые услуги. Отчет может быть оформлен в виде таблицы 4.

Таблица-4

#### Телебанкинг

Название системы	Программное обеспечение	Предоставляемые услуги

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Телебанкинг.doc.

- С помощью поисковой системы Интернет найдите информацию о терминальных системах. С помощью текстового редактора подготовьте отчет, в котором укажите названия трех терминальных систем, адрес web-сайта и предоставляемые услуги. Отчет может быть оформлен в виде таблицы 5.

Таблица-5

#### Терминальные системы

Название системы	Адрес web-сайта	Предоставляемые услуги

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Терминалы.doc.

### Электронный практикум 4 «Маркетинговые коммуникации и инструменты интернет-маркетинга в электронной коммерции»

Цель: формирование знаний в области методов интернет-маркетинга

Задачи:

- изучить способы представления товаров и услуг;
- изучить способы организации обратной связи;
- ознакомиться с правилами регистрации сайтов в сетях обмена баннерами и рейтинговых системах.

Методические указания по использованию оценочного средства:

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

Задания для выполнения практикума:

1. Найдите в сети интернет с помощью поисковых систем сайты торговых систем типа B2B, B2C, C2C (по 3 сайта каждого типа) и ознакомьтесь с различными способами информационного представления совокупности товаров и услуг. Результаты анализа оформите с помощью текстового редактора в виде таблицы 1.

Таблица-1

Способы представления товаров и услуг

WWW-адрес	Тип системы (B2B, B2C, C2C)	Каталог	Витрина	Сравнительный каталог	Другие способы (указать какие)

Проанализируйте, какой способ представления товаров и услуг чаще всего используется в системах типа B2B, B2C, C2C. Дополните свой отчет результатами анализа. Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Способы представления.doc.

2. Используя адреса торговых систем из п.1 задания, ознакомьтесь с различными инструментами для организации обратной связи с посетителями сайтов. Результаты анализа оформите с помощью текстового редактора в виде таблицы 2.

Таблица-2

Организация обратной связи

WWW-адрес	Обязательное анкетирование (заполнение регистрационной формы)	Система голосования	Книга отзывов	Ответы на часто задаваемые вопросы	Другие способы (указать какие)

Проанализируйте, какие инструменты для организации обратной связи преимущественно используются в системах типа B2B, B2C, C2C. Дополните свой отчет результатами анализа.

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Обратная связь.doc.

3. С помощью поисковой системы Интернета найдите сети, занимающиеся обменом баннерами (примерный текст запроса, Баннер, баннерообменные сети). Ознакомьтесь с правилами регистрации в баннерной службе (Пример некоторых сетей обмена баннерами: ИнтерРеклама ([www.ir.ru](http://www.ir.ru)), Красная баннерная ([red.by](http://red.by)), Баннерная система RB2 ([members.rb2.design.ru](http://members.rb2.design.ru)), Баннерная сеть TBN ([tbn.ru](http://tbn.ru))).

Выполните сравнительный анализ любых двух баннерообменных сетей. По результатам анализа подготовьте отчет. Примерный вид отчета представлен в таблице 3.

Таблица-3

Сети обмена баннерами

Название сети	WWW-адрес	Допустимые размеры баннеров	Цена за показ баннера

Подготовленный отчет сохраните в своей папке под именем Баннеры.doc.

4. Изучите правила регистрации ресурсов в рейтингах – специальных каталогах, в которых сайты размещены в разделах в порядке убывания их посещаемости. Для этого зайдите на сайт любого счетчика (HotLog, Mail.ru, LiveInternet, top100.rambler и других) и перейдите по ссылке Добавить ресурс.

Ознакомьтесь с правилами регистрации в рейтинге и регистрационной формой.

Подготовьте отчет, в котором представьте окно главной страницы рейтинга и первую страницу регистрации трех сайтов-счетчиков. Подготовленный отчет сохраните в своей папке под именем Регистрация в рейтинге.doc.

### Электронный практикум 5 «Оценка эффективности работы сайта»

Цель: формирование знаний в области оценки эффективности систем электронной коммерции


### Задачи:

- изучить основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции;
- получить практические навыки оценки маркетинговой эффективности работы сайта по данным счетчиков.

### Методические указания по использованию оценочного средства:

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

### Задания для выполнения практикума:

1. Ознакомьтесь с представляемыми статистическими данными счетчиков: LiveInternet, Mail.Ru, HotLog, top100.rambler.ru.
2. Подготовьте с помощью текстового редактора отчет, в котором для каждого из просмотренных счетчиков, приведите перечень представляемых статистических показателей и возможности оценки динамики развития сайта. Сохраните созданный отчет в своей папке под именем Показатели счетчиков.doc.
3. Выполните анализ маркетинговой эффективности сайтов систем типа В2С, используя данные счетчика Rambler's Top100. Для анализа выберите из списка рейтинга произвольный сайт счетчика с открытыми статистическими данными.
4. Просмотрите статистические данные по сайту, выбрав кнопку Позиция в рейтинге, подробная статистика  в строке сайта в списке найденных ресурсов.
5. По данным счетчика выполните расчет маркетинговых показателей:
  - эффективность входов на сервер (для домашней страницы и 1 из наиболее посещаемых);
  - посещаемость Web-страниц сайта (для домашней страницы и 1 из наиболее посещаемых);
  - количество повторных посещений.
6. Ознакомьтесь с географией посещений сайта.
7. Выполните пп.2-4 задания для еще одного сайта по собственному усмотрению.
8. Результаты расчета показателей оформите с помощью текстового редактора как отчет в виде таблицы, в которой представьте исходные данные для расчетов и результаты вычислений.
9. Выполните сравнительный анализ маркетинговой эффективности выбранных сайтов. Дополните свой отчет результатами анализа. Сохраните созданный отчет в своей папке под именем Rambler.doc.
10. Выполните анализ маркетинговой эффективности сайтов систем типа В2В, используя данные счетчика LiveInternet. Для анализа выберите из списка рейтинга произвольный сайт счетчика с открытыми статистическими данными и выполните действия пп.4-8 задания.
11. Выполните сравнительный анализ маркетинговой эффективности выбранных сайтов. Дополните свой отчет результатами анализа. Сохраните созданный отчет в своей папке под именем LiveInternet.doc.

## **Электронный практикум 6 «Технологии обеспечения информационной безопасности систем электронной коммерции»**

Цель: формирование знаний в области обеспечения безопасности систем электронной коммерции

### Задачи:

- изучить основные понятия и методы обеспечения безопасности систем электронной коммерции;
- ознакомиться с возможностями средств обеспечения информационной безопасности систем электронной коммерции;

- научиться выбирать программные и аппаратные средства обеспечения безопасности систем электронной коммерции;
- овладеть навыками использования программных средства обеспечения безопасности систем электронной коммерции в профессиональной деятельности.

Методические указания по использованию оценочного средства:

По результатам выполнения заданий практикума студентом должен быть предоставлен отчет в электронном виде.

Задания для выполнения практикума:

1. В сети Интернет с помощью средств поиска или по адресам, указанным преподавателем, зайдите на сайты разработчиков и продавцов программно-аппаратных средств защиты от несанкционированного доступа и выполните анализ информации о трех средствах (параметры, возможности):
  - аппаратно-программная система защиты «Secret Net»;
  - программно-аппаратный комплекс «Аккорд-NT»;
  - программно-аппаратная система «CryptoGuard».

Результаты анализа оформите в виде таблицы 1.

Таблица-1

Сравнение средств защиты от несанкционированного доступа

Технические характеристики	«Secret Net»	«Аккорд-NT»	«Crypto Guard»
Поддерживаемые операционные системы			
Момент загрузки системы (перед загрузкой BIOS, перед загрузкой ОС)			
Блокировка физических каналов			
Разграничение доступа к файлам			
Разграничение доступа к логическим дискам			
Специальные требования к системному диску			
Прозрачное шифрование логических дисков			
Шифрование отдельных файлов			
Ведение журнала			
Контроль целостности программ			
Режим восстановления			

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Защита от НСД.doc.

2. В сети Интернет с помощью средств поиска или по адресам, указанным преподавателем, зайдите на сайты разработчиков и продавцов межсетевых экранов и выполните анализ информации о трех средствах (параметры, возможности):
  - межсетевой экран «ZyWALL»;
  - межсетевой экран «Cisco Secure Private Internet Exchange (PIX) Firewall»;
  - межсетевой экран «Lan2net NAT Firewall».

Результаты анализа оформите в виде таблицы 2.

Таблица-2

Сравнение межсетевых экранов

Технические характеристики	«ZyWALL»	«Cisco PIX»	«Lan2net NAT Firewall»
Поддерживаемые операционные системы			
Тип системы (программный, аппаратно-программный)			
Поддерживаемые протоколы			
Блокировка внешних атак			
Блокировка утечки информации			
Протоколирование и предупреждение			
Максимально прозрачная работа			

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Межсетевые экраны.doc.

3. В сети Интернет с помощью средств поиска или по адресам, указанным преподавателем, зайдите на сайты разработчиков и продавцов антивирусных средств и выполните анализ информации о трех средствах (параметры, возможности):
  - антивирусные программы Лаборатории Касперского (AVP);
  - антивирусные программы Doctor Web (DrWeb);
  - антивирусные программы McAfee VirusScan (McAfee).
 Результаты анализа оформите в виде таблицы 3.

Таблица-3

Сравнение антивирусных средств

Технические характеристики	«AVP»	«DrWeb»	«McAfee»
Поддерживаемые операционные системы			
Монитор/сканер			
Ревизор			
Эвристический анализатор			
Проверка архивов			
Проверка электронной почты			

Подготовленный отчет сохраните в своей папке на диске под именем Антивирусы.doc.

4. С помощью справочной системы браузера ознакомьтесь с информацией о сертификатах: типы сертификатов, получение личных сертификатов и безопасные web-узлы.
5. Полученную информацию поместите в отчет: типы сертификатов, получение личных сертификатов, сведения о безопасных узлах. Подготовленный отчет сохраните в своей папке под именем Сертификаты.doc.
6. Ознакомьтесь с диалоговой панелью Сертификаты. Для этого в меню программы браузера выберите команду Сервис/Свойства обозревателя.
7. Перейдите на вкладку Содержание и выберите кнопку Сертификаты.
8. В открывшемся окне Сертификаты перейдите на вкладку Доверенные центры сертификации.
9. Получите информацию о назначении любого из корневых сертификатов. Для этого выберите строку сертификата в списке щелчком мыши и нажмите кнопку Дополнительно.... Закройте окно Дополнительные параметры щелчком по кнопке Закрыть.
10. Получите сведения о выбранном сертификате. Для этого выберите строку сертификата в списке щелчком мыши и нажмите кнопку Просмотр. Ознакомьтесь с информацией о выбранном сертификате: кем выдан, кому выдан, срок действия. Скопируйте окно с информацией о выбранном сертификате в свой отчет.
11. Ознакомьтесь с открытым ключом сертификата. Для этого на вкладке Состав окна Сертификат выберите строку поля Открытый ключ.
12. Сохраните сертификат в своей папке под именем KEY с помощью кнопки Копировать в файл окна.
13. Закройте окно сертификата с помощью кнопки ОК.
14. Перейдите в свою папку и просмотрите содержимое сохраненного файла сертификата.

### Критерии оценки:

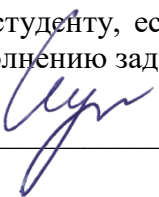
**1 балл (зачтено)** - выставляется студенту, если он правильно выполнил все задания, предусмотренные практикумом, отчет по результатам выполнения практикума не содержит ошибок.

**0,7 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если он правильно выполнил более 50% заданий практикума, отчет по выполнению задания содержит недочеты;

**0,3 балла (зачтено)** - выставляется студенту, если он правильно выполнил менее 50% заданий практикума, отчет по выполнению задания содержит грубые ошибки.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если он неправильно выполнил большую часть заданий практикума, отчет по выполнению задания не подготовлен.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_ Л.В. Кухаренко





Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы студентами  
заочной формы обучения  
по дисциплине «Электронная коммерция»**

**Варианты заданий для выполнения контрольной работы  
Теоретический вопрос**

1. Предмет, роль, место электронной коммерции в современном мире и основные этапы ее развития. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции.
2. Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов. Основные достижения электронной коммерции для развития мировой экономики.
3. Электронная коммерция в России: состояние, проблемы и направления развития.
4. Классификаторы и их роль в развитии систем электронной коммерции.
5. Внедрение технологий электронной коммерции в работу предприятий сферы торговли.
6. Внедрение технологий электронной коммерции в работу предприятий сферы услуг: туристские услуги, информационное, консультационное обслуживание, дистанционное образование и т.п.
7. Использование технологий электронной коммерции для организации закупок организации и государственных закупок.
8. Применение средств и технологий электронной коммерции при разработке и осуществлении экономических стратегий торговых предприятий.
9. Дебетовые электронные платежные системы, их характеристика, достоинства и недостатки, проблемы применения и использования.
10. Кредитные электронные платежные системы, их характеристика, достоинства и недостатки, проблемы применения и использования.
11. Российские системы электронных платежей.
12. Интернет – как новый канал коммуникации, его характеристики.
13. Правовое обеспечение электронной коммерции. Нормативно-правовая база в области систем электронных видов бизнеса.
14. Реализация маркетинговых функций в системах электронной коммерции. Интерактивный маркетинг и организация информационно-аналитической работы в электронной коммерции.
15. Понятие безопасности электронной коммерции. Основные принципы обеспечения безопасности электронной коммерции. Угрозы информационной безопасности электронной коммерции.
16. Методы и средства обеспечения безопасности в системах электронной коммерции. Использование электронной цифровой подписи для обеспечения безопасности систем электронной коммерции.
17. Реализация логистических процессов в среде электронной коммерции.
18. Мобильная коммерция: понятие, достоинства и недостатки, предоставляемые услуги и направления развития.
19. Услуга Интернет-банкинга в России и за рубежом.
20. Брокерские услуги в Интернет. Интернет-трейдинг.
21. Услуга Интернет-страхования.

22. Эффективность электронной коммерции. Основные понятия эффективности. Методика и показатели оценки эффективности электронной коммерции.

### Тестовое задание

#### Вариант 1

1. On-line – это...
  - а) информационная сеть;
  - б) команда;
  - в) режим реального времени;
  - г) утилита.
2. Система «Банк-клиент» предназначена, прежде всего, для осуществления расчетов в сфере:
  - а) B2B;
  - б) C2C;
  - в) C2G;
  - г) B2C.
3. Электронная коммерция – это...
  - а) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
  - б) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с использованием средств электронного обмена данными;
  - в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.
4. Симметричное шифрование использует...
  - а) секретный ключ;
  - б) открытый ключ;
  - в) и тот, и другой.
5. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается
  - а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
  - б) в отношении стоимости системы защиты в стоимости взлома этой системы;
  - в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.
6. Электронная цифровая подпись – это...
  - а) аналог собственноручной подписи, реализованный в электронном виде;
  - б) признак того, что полученный файл отправлен именно владельцем электронной цифровой подписи и в том виде, как он был составлен отправителем;
  - в) специальным образом подготовленное электронное сообщение, подтверждающее его целостность и авторство отправителя.
7. При создании систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:
  - а) локальные, специально созданные для систем электронной коммерции;
  - б) общероссийские;
  - в) международные;
  - г) все перечисленные.
8. Возможные направления оценки эффективности электронной коммерции:
  - а) экономическое;
  - б) организационное;
  - в) маркетинговое;
  - г) все перечисленные.
9. HTTP - это...

- а) язык для создания web-сайта;
  - б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных web-систем;
  - в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет.
10. Интернет-банкинг — это...
- а) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;
  - б) создание виртуального банка в Интернете;
  - в) получение банковского кредита через Интернет.

### Вариант 2

1. Для проведения электронных переговоров и производственных совещаний более удобны:
  - а) электронная почта;
  - б) IRC;
  - в) интернет-конференция.
2. Что понимается под документом, или документированной информацией, в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»
  - а) зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать;
  - б) информация, зафиксированная на бумажном носителе и заверенная подписью руководителя и печатью организации;
  - в) упорядоченная совокупность данных, зафиксированных с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
  - г) представленная на материальном носителе информация, имеющая аналог на бумажном носителе, оформленный в соответствии с существующими правилами.
3. Основное преимущество электронной коммерции состоит в:
  - а) удобстве и комфортности для пользователей;
  - б) скорости совершения сделок;
  - в) значительном сокращении транзакционных издержек;
  - г) отсутствии необходимости личного общения при совершении сделки.
4. Аутентификация – это...
  - а) тайнопись;
  - б) техника скрытой передачи или скрытого хранения информации;
  - в) информация, передаваемая по сети Интернет;
  - г) подпись, которой заверяется электронная почта;
  - д) установление законным получателем факта, что полученное сообщение послано законным отправителем.
5. В какой коммуникационной модели потребителю отводится исключительно пассивная роль и отсутствует обратная связь?
  - а) «многие-ко-многим»;
  - б) «один-ко-многим»;
  - в) «многие-к-одному».
6. Система SpyLog -это
  - а) сеть обмена баннерами;
  - б) счетчик посетителей сайта;
  - в) система сбора и анализа статистики Интернет-проекта.
7. Эффективность электронной коммерции, это...
  - а) отношение полученного результата к затратам на его получение;
  - б) категория для обозначения меры соответствия технологий, приемов и правил в электронной коммерции потребностям хозяйствующих субъектов при достижении ими на рынке целей совершаемых коммерческих операций;
  - в) категория для обозначения преимуществ в проведении коммерческой операции методами электронной коммерции по сравнению с обычными методами.

8. Безопасность электронной коммерции – это
  - а) комплекс мероприятий по защите от угроз при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции;
  - б) состояние защищенности интересов субъектов отношений, совершающих коммерческие операции (сделки) с помощью технологий электронной коммерции от угроз материальных и иных потерь;
  - в) состояние электронных средств, обеспечивающее защиту от угроз материальных и иных потерь при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции.
9. Электронные деньги - это...
  - а) деньги, приписанные к банковским карточкам электронных платежных систем;
  - б) денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования физических и юридических лиц по оплате товаров и услуг;
  - в) электронные сообщения о платежах в платежных системах Интернет.
10. Принято выделять следующие наиболее популярные модели взаимодействия электронной коммерции:
  - а) Администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;
  - б) Бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;
  - в) Бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.

### Вариант 3

1. Инструментарием электронной коммерции являются:
  - а) классификаторы;
  - б) стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;
  - в) автоматизированные системы электронной коммерции;
  - г) инструменты web-маркетинга;
  - д) все перечисленное.
2. Критерий эффективности, это...
  - а) главный показатель эффективности проведения коммерческой операции;
  - б) анализ совокупности показателей эффективности проведения коммерческой операции;
  - в) правило, по которому выбранные показатели эффективности сравниваются между собой или с установленной нормой.
3. Понятие «безопасность» любого предприятия или организации включает в себя:
  - а) физическую безопасность;
  - б) экономическую безопасность;
  - в) информационную безопасность;
  - г) физическую, экономическую и информационную безопасность;
  - д) физическую и экономическую безопасность;
  - е) информационную и материальную безопасность.
4. Как соотносятся электронная цифровая подпись (ЭЦП) на документе и обыкновенная подпись?
  - а) ЭЦП имеет большую юридическую силу;
  - б) они имеют равную юридическую силу;
  - в) ЭЦП имеет меньшую юридическую силу.
5. К единовременным затратам при создании системы электронной коммерции относят:
  - а) затраты на первоначальный анализ и планирование;
  - б) стоимость необходимого оборудования;
  - в) стоимость программного обеспечения;
  - г) вложения в организацию линии связи;
  - д) стоимость вспомогательного оборудования;
  - е) затраты на подготовку и переподготовку кадров;
  - ж) амортизационные отчисления.

6. Электронный чек может быть закодирован плательщиком, и скрыт таким образом от продавца (получателя денег):
  - а) да;
  - б) нет.
7. Гипертекст – это...
  - а) представление текста в виде строчек чисел;
  - б) документированная информация;
  - в) организация нелинейной последовательности записи и чтения информации, объединенной на основе ассоциативной связи с помощью интерактивных ссылок;
  - г) текст, содержащий графическую информацию.
8. Интернет – это...
  - а) код, указывающий положение информации в ЭВМ;
  - б) совокупность информационных технологий и баз данных, которые доступны при помощи этих технологий;
  - в) совокупность соединенных между собой информационных серверов-компьютеров, на которых хранится различная информация, в том числе и самих пользователей этой информации.
9. Бизнес процессы различаются по:
  - а) виду процесса;
  - б) отношению к внешней среде;
  - в) месту системы электронной коммерции на предприятии;
  - г) возможной степени вовлечения в электронную коммерцию.
10. Система B2B обслуживает расчеты между:
  - а) электронными магазинами и покупателями;
  - б) государством и фирмами;
  - в) двумя или более фирмами;
  - г) государством и населением.

#### **Вариант 4**

1. Цифровые деньги – это...
  - а) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу;
  - б) единица количества информации в двоичной системе счисления;
  - в) цепочка бит в форме заверенных банком купонов, выпускаемых и погашаемых банком.
2. WWW (World Wide Web) – это...
  - а) распределенная информационная система мультимедиа, основанная на гипертексте;
  - б) электронная книга;
  - в) протокол размещения информации в Интернет;
  - г) информационная среда обмена файлами.
3. Какие показатели эффективности используются для оценки проведения рекламной компании в Интернете?
  - а) время, за которое показаны закупленные баннеры;
  - б) характеристика целевой аудитории (отличительные особенности посетителей сервера);
  - в) доля пользователей, которые могут увидеть показанные баннеры;
  - г) количество осведомленных пользователей;
  - д) количество привлеченных посетителей на сайт рекламодателя;
  - е) стоимость привлечения одного нового покупателя;
  - ж) количество привлеченных дополнительных покупателей в Интернет-магазин предприятия, количество новых дилеров.
4. Виртуальный магазин – это...

- а) совместные действия по получению дохода бизнесмена и автоматизированного средства связи по обмену информацией (компьютер, сотовый телефон);
  - б) реализованное в сети Интернет представительство путем создания Web-серверов для продажи товаров;
  - в) совместные действия инвестора и компьютера по долгосрочным инвестициям.
5. После выбора товара в Интернет-магазине покупатель обязан...
- а) зарегистрироваться;
  - б) оформить разовую покупку;
  - в) может выбрать любой вариант по своему усмотрению.
6. Датский (голландский) аукцион - это ...
- а) аукцион с повышением цены;
  - б) аукцион с уменьшением цены;
  - в) аукцион с зарезервированной ценой.
7. Требование масштабируемости к платежной системе означает, что ...
- а) система должна предусматривать возможность увеличения числа используемых платежных средств;
  - б) система должна предусматривать возможность обслуживать различные категории электронных платежей;
  - в) система должна предусматривать возможность увеличения числа покупателей и продавцов, использующих систему.
8. Виды бизнеса можно классифицировать по:
- а) сфере деятельности;
  - б) географическому охвату;
  - в) форме собственности;
  - г) объектам и субъектам;
  - д) стадии жизненного цикла вида бизнеса.
9. Асимметричное шифрование предполагает использование...
- а) публичного ключа и закрытого ключа;
  - б) только публичного ключа;
  - в) только закрытого ключа.
10. Признает ли гражданское законодательство допустимость использования при оформлении договоров электронных форм документов?
- а) нет, не признает;
  - б) признает при условии наличия электронно-цифровой подписи;
  - в) признает только в части прав распоряжения денежными средствами, находящимися на счете при использовании аналогов собственноручной подписи, кодов, паролей и иных средств, подтверждающих, что распоряжение дано уполномоченным на это лицом;
  - г) да, признает.

### Вариант 5

1. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что...
- а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающих высокие темпы роста экономик страны;
  - б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
  - в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.
2. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2C?
- а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
  - б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;

- в) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.
3. При создании системы безопасности электронной коммерции руководствуются:
    - а) принципом достаточности, который заключается в том, чтобы проводимые мероприятия с учетом потенциальных угроз были минимальными и достаточными;
    - б) принципом максимальной минимизации ущерба от потенциальных угроз;
    - в) принципом обеспечения безопасности от всех угроз.
  4. В соответствии с законодательством РФ лица, незаконно получившие информацию, составляющие коммерческую тайну, обязаны:
    - а) не передавать ее «третьим лицам»;
    - б) известить об этом законного владельца;
    - в) обязаны возместить причиненные владельцу убытки.
  5. Субъекты систем электронной коммерции классифицируются по:
    - а) типу пользователя;
    - б) характеру используемой системы;
    - в) виду бизнеса;
    - г) периодичности использования системы;
    - д) месту системы электронной коммерции на предприятии.
  6. Гипертекст – это...
    - а) информационная оболочка;
    - б) текст, содержащий иллюстрации;
    - в) информация в виде документов, имеющих ссылки на другие документы;
    - г) информационное хранилище.
  7. Формы расчетов в системе электронных платежей:
    - а) банковская карта;
    - б) электронный чек;
    - в) цифровые деньги;
    - г) электронные деньги.
  8. Одним из требований, предъявляемых к системе электронных платежей, является аутентификация.
    - а) да;
    - б) нет.
  9. Критерий эффективности коммерческой операции должен формулироваться исходя из:
    - а) условий проведения коммерческой операции;
    - б) целей проведения коммерческой операции;
    - в) объемов коммерческой операции;
    - г) всего перечисленного.
  10. В состав инструментов web-маркетинга могут входить:
    - а) сайт;
    - б) электронная почта;
    - в) телеконференции;
    - г) баннерная реклама;
    - д) спам;
    - е) бенчмаркинг;
    - ж) брендинг в сети Интернет;
    - и) все перечисленное.

### Вариант 6

1. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2B?
  - а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;

- б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;
- в) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.
2. Криптография - это...
- а) устройство для ограничения доступа в сеть;
- б) шифрование, тайнопись;
- в) защита от навязывания ложных сообщений путем формирования в зависимости от секретного ключа специальной дополнительной информации;
- г) беседа или дружеский разговор.
3. Шлюз – это...
- а) зашифрованное сообщение;
- б) внешнее ключевое устройство вычислительной системы, предназначенное для ввода и вывода информации, для обмена данными с пользователями и ЭВМ по каналам связи;
- в) программа, предназначенная для двух сетей, использующих различные протоколы, благодаря чему появляется возможность обмена данными между ними.
4. Электронный чек – это...
- а) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу электронной почтой;
- б) единица количества информации в двоичной системе счисления;
- в) перевод денежных средств со счета на счет посредством передачи электрических сигналов без участия бумажных носителей.
5. В платежных системах Интернета транзакция - это...
- а) цепочки цифр, представляющие определенное количество денег;
- б) цепочка бит в форме заверенных банком купонов, выпускаемых и погашаемых банком;
- в) иницируемая держателем банковской карты последовательность сообщений, вырабатываемых участниками системы и передаваемых от участника к участнику для обслуживания держателя карты;
- г) документ, в котором плательщик дает указание своему банку о перечислении денег и который передается продавцу электронной почтой;
- д) любая банковская карта или функция карты, содержащая реальную ценность в форме электронных денег, которые владелец карты заплатил заранее;
- е) проверка счета покупателя в банке.
6. Принцип невозможности создания идеальной системы защиты обусловлен...
- а) ограниченностью ресурсов, с которыми, как правило, располагает система безопасности;
- б) неопределенностью, а именно: когда, кто, где и каким образом попытается нарушить безопасность объекта защиты;
- в) и тем, и другим.
7. Классификатор информации – это...
- а) полный перечень понятий из какой-либо предметной области, сгруппированных по принятому признаку классификации и присвоенных им кодов;
- б) перечень закодированных понятий, используемых для автоматизированной обработки информации в какой-либо предметной области;
- в) перечень понятий из какой-либо предметной области, сгруппированных по принятому признаку классификации.
8. Баннер – это...
- а) документированная информация;
- б) рекламный графический блок правильной формы, связанный гиперссылкой с веб-страницей рекламодателя;
- в) виртуальный магазин.



9. Объекты систем электронной коммерции классифицируются по:
  - а) товарам производственного назначения;
  - б) потребительским товарам;
  - в) услугам;
  - г) типу пользователя.
10. При оценке экономической эффективности системы электронной коммерции к эксплуатационным расходам относят:
  - а) заработную плату обслуживающего персонала;
  - б) расходы на вспомогательные материалы;
  - в) взносы за доменное имя;
  - г) арендную плату за каналы связи;
  - д) затраты на первоначальный анализ и планирование;
  - е) плату провайдеру услуг Интернета;
  - ж) амортизационные отчисления;
  - з) расходы на проводимые рекламные кампании.

### **Вариант 7**

1. Чем характеризуются системы электронной коммерции типа B2G?
  - а) этот вид систем электронной коммерции подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
  - б) этот вид систем электронной коммерции предназначен для обслуживания государственного заказа;
  - в) этот вид систем электронной коммерции характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.
2. Криптография бывает с использованием:
  - а) секретного ключа;
  - б) открытого ключа;
  - в) и того, и другого.
3. Баннерная реклама – это реклама продукции Интернет-компании с помощью радио, которую проводит популярный артист:
  - а) да.
  - б) нет.
4. Off-line – это...
  - а) режим информационного пакетного обмена;
  - б) команда;
  - в) телекоммуникационная сеть;
  - г) операционная система.
5. Банковская карта – это...
  - а) цепочки цифр, представляющие определенное количество денег;
  - б) средство составления расчетных и иных документов, подлежащих оплате за счет клиента банка;
  - в) документ, в котором плательщик дает указания своему банку о перечислении денег и который передается продавцу.
6. Конфиденциальность электронных платежей означает их независимость от других платежей.
  - а) да;
  - б) нет.
7. Интернет-трейдинг — это...
  - а) создание брокерской фирмы в Интернете;
  - б) предоставление клиенту в реальном времени через Интернет информации о состоянии фондового и валютного рынков;

- в) услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку (продажу) ценных бумаг и валюты в реальном времени через Интернет.
8. Гипертекст - это...
- а) текст, в который включены интерактивные ссылки (гиперссылки) на другие документы;
  - б) заголовок страниц web-сайта;
  - в) текст, содержащий графическую информацию.
9. В чем назначение (цель) Федерального закона «Об электронной цифровой подписи»?
- а) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе;
  - б) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе при наличии оригинала документа на бумажном носителе;
  - в) обеспечить правовые условия использования электронной цифровой подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе;
  - г) обеспечить правовые условия использования электронной подписи, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в оригинале документа на бумажном носителе.
10. Возможные направления оценки эффективности электронной коммерции:
- а) экономическое;
  - б) организационное;
  - в) маркетинговое;
  - г) все перечисленные.

### Вариант 8

1. Пересмотр классификатора ИНКОТЕРМС-2000 и его замена на ИНКОТЕРМС-2010 был вызван...
- а) произошедшими изменениями в условиях поставки товаров в соответствии с правилами международной торговли;
  - б) необходимостью предоставления возможности участникам коммерческих сделок использовать электронные сообщения при выполнении своих обязательств, связанных с поставкой товаров;
  - в) истечением срока действия классификатора ИНКОТЕРМС-2000.
2. В соответствии с Гражданским кодексом РФ лица, незаконно получившие информацию, составляющие коммерческую тайну, обязаны...
- а) не передавать ее «третьим лицам»;
  - б) известить об этом законного владельца;
  - в) обязаны возместить причиненные владельцу убытки.
3. Криптография - это...
- а) устройство для ограничения доступа в сеть;
  - б) защита от навязывания ложных сообщений путем формирования в зависимости от секретного ключа специальной дополнительной информации;
  - в) шифрование, тайнопись;
  - г) беседа или дружеский разговор.
4. HTML - это...
- а) язык для создания web-сайта;

- б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных web-систем;
  - в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет.
5. В настоящее время для осуществления потребительских платежей электронным способом наиболее популярны системы, основанные на использовании...
    - а) электронных денег;
    - б) кредитных карточек;
    - в) электронных чеков.
  6. Аукцион с точки зрения проведения транзакции можно отнести к следующей модели электронной коммерции...
    - а) B2B;
    - б) C2C;
    - в) C2G.
  7. Способы продвижения товара в сети Интернет включают в себя...
    - а) баннерную рекламу;
    - б) оффлайновую рекламу;
    - в) продвижение с помощью регистрации в поисковых системах и каталогах.
  8. Off-line – это...
    - а) режим информационного пакетного обмена;
    - б) команда;
    - в) телекоммуникационная сеть;
    - г) операционная система.
  9. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается...
    - а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
    - б) в отношении стоимости системы защита в стоимости взлома этой системы;
    - в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.
  10. Транзакции могут быть:
    - а) делимыми;
    - б) неделимыми;
    - в) и теми, и другими.

### Вариант 9

1. Изолированность транзакции – это ее независимость от других транзакций.
  - а) да;
  - б) нет.
2. Электронная почта – это...
  - а) набор правил, ограничивающих все, что связано с работой сети;
  - б) совокупность соединенных между собой информационных серверов-компьютеров, на которых хранится различная информация, в том числе и самих пользователей этой информации;
  - в) массовое средство электронных коммуникаций.
3. Электронные деньги - это...
  - а) денежные обязательства покупателя, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;
  - б) денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;

- в) денежные обязательства государства, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг.
4. Банковские карты бывают:
    - а) с магнитной полоской;
    - б) с микропроцессором;
    - в) обыкновенные;
    - г) все перечисленные.
  5. Основными моделями электронных транзакций на сегодняшний день являются модели:
    - а) В2В и С2С;
    - б) В2С и В2В;
    - в) В2С и С2В.
  6. Доменное имя - это...
    - а) уникальное имя пользователя Интернета;
    - б) уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое является необходимым элементом адреса Интернета;
    - в) уникальный адрес компьютера, подключенного к сети Интернет.
  7. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается...
    - а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
    - б) в отношении стоимости системы защита в стоимости взлома этой системы;
    - в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.
  8. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что...
    - а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающих высокие темпы роста экономик страны;
    - б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
    - в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.
  9. Понятие «безопасность» любого предприятия или организации включает в себя:
    - а) физическую безопасность;
    - б) экономическую безопасность;
    - в) информационную безопасность;
    - г) все перечисленное.
  10. Требование целостности информации при организации платежной системы Интернета означает, что...
    - а) информация не должна подвергаться делению на части;
    - б) информация не может быть изменена кем-либо, кроме покупателя и уполномоченных на это лиц;
    - в) информация не должна искажаться в процессе ее передачи.

### **Вариант 10**

1. Расположите в порядке выполнения последовательность действий при оценке эффективности электронной коммерции.
  - а) организация получения необходимых статистических и иных данных для определения показателей эффективности;
  - б) определение предметной области оценки эффективности электронной коммерции;
  - в) анализ полученных результатов и принятие решений;
  - г) выявление показателей эффективности деятельности по достижению поставленной цели;
  - д) расчет показателей эффективности;

- е) формулирование критерия эффективности;
  - ж) определение целевой функции деятельности хозяйствующего субъекта в этой области.
2. Виртуальный магазин – это...
    - а) любой из видов деятельности, приносящих доход;
    - б) захват рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка;
    - в) реализованное в сети Интернет представительство путем создания web-серверов для продажи товаров;
    - г) совместные действия по получению дохода бизнесмена и автоматизированного средства по обмену информацией.
  3. Каждый купон цифровых денег можно использовать на оплату несколько раз.
    - а) верно;
    - б) неверно.
  4. Программа, предназначенная для соединения двух сетей, использующих различные протоколы, называется...
    - а) узел;
    - б) шлюз;
    - в) байт.
  5. Асимметричное шифрование использует...
    - а) открытый ключ;
    - б) закрытый ключ;
    - в) и тот, и другой.
  6. К организационным принципам создания и работы системы безопасности относятся:
    - а) принцип защиты всех от всех;
    - б) принцип персональной ответственности;
    - в) принцип последовательных рубежей;
    - г) принцип взаимодействия и сотрудничества;
    - д) принцип разграничения полномочий;
    - е) принцип законности.
  7. Стандарты ЭДИФАКТ - это...
    - а) правила, рекомендованные Организацией Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте;
    - б) международный стандарт работы с коммерческой информацией в электронном виде;
    - в) правила создания, обмена и обработки электронных сообщений при совершении коммерческих операций с помощью технологий электронной коммерции.
  8. Система B2B обслуживает расчеты между:
    - а) электронными магазинами и покупателями;
    - б) государством и фирмами;
    - в) двумя или более фирмами;
    - г) государством и населением.
  9. Электронные деньги - это...
    - а) денежные обязательства покупателя, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;
    - б) денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;
    - в) денежные обязательства государства, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг.
  10. В соответствии с Гражданским кодексом РФ лица, незаконно получившие информацию, составляющую коммерческую тайну, обязаны:

- а) не передавать ее «третьим лицам»;
- б) известить об этом законного владельца;
- в) обязаны возместить причиненные владельцу убытки.

### Вариант 11

1. Электронная торговля – это торговля через мобильный телефон.
  - а) верно;
  - б) неверно.
2. Платежная система WebMoney – это система...
  - а) дебетовая;
  - б) кредитная;
  - в) и та, и другая.
3. Система Rambler – это...
  - а) счетчик;
  - б) поисковая система;
  - в) сеть обмена баннерами.
4. Сертификат ключа подписи - это...
  - а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;
  - б) уникальная последовательность символов, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;
  - в) документ на бумажном носителе или электронный документ с электронной цифровой подписью уполномоченного лица удостоверяющего центра, которые удостоверяющим центром участнику информационной системы для подтверждения подлинности электронной цифровой подписи и идентификации владельца сертификата ключа подписи;
5. Off-line – это...
  - а) режим информационного пакетного обмена;
  - б) команда;
  - в) телекоммуникационная сеть;
  - г) операционная система.
6. К общим принципам создания и работы системы безопасности относятся:
  - а) принцип защиты всех от всех;
  - б) принцип персональной ответственности;
  - в) принцип минимального риска;
  - г) принцип неопределенности;
  - д) принцип разграничения полномочий;
  - е) принцип невозможности создания идеальной системы защиты.
7. Электронные чеки - это...
  - а) предписание плательщика своему банку перечислить определенную денежную сумму со своего счета на счет получателя;
  - б) переданная через Интернет копия бумажного чека;
  - в) предписание плательщика своему банку перечислить определенную денежную сумму со своего счета на счет получателя, заверенное электронной цифровой подписью.
8. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается ...
  - а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
  - б) в отношении стоимости системы защита в стоимости взлома этой системы;
  - в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.

9. Транзакции могут быть:
- а) делимыми;
  - б) неделимыми;
  - в) теми и другими.
10. Электронная коммерция – это...
- а) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
  - б) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с использованием средств электронного обмена данными;
  - в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

### Вариант 12

1. Web-сайт – это...
- а) набор правил, ограничивающих все, что связано с работой сети;
  - б) совокупность, последовательность однородных, однотемных записей, информационных сведений, составляющих единое целое и хранящихся во внешней памяти ЭВМ;
  - в) узел Интернета, т.е. компьютер, подключенный к сети Интернет.
2. Расположите в порядке выполнения последовательность действий при оценке эффективности электронной коммерции.
- а) организация получения необходимых статистических и иных данных для определения показателей эффективности;
  - б) определение предметной области оценки эффективности электронной коммерции;
  - в) анализ полученных результатов и принятие решений;
  - г) выявление показателей эффективности деятельности по достижению поставленной цели;
  - д) расчет показателей эффективности;
  - е) формулирование критерия эффективности;
  - ж) определение целевой функции деятельности хозяйствующего субъекта в этой области.
3. Дебетовые платежные системы работают с...
- а) электронными чеками и электронными деньгами;
  - б) только с электронными чеками;
  - в) только с электронными деньгами.
4. Симметричное шифрование использует ...
- а) секретный ключ;
  - б) открытый ключ;
  - в) и тот, и другой.
5. К умышленным угрозам относят:
- а) ошибки обслуживающего персонала;
  - б) компьютерные преступления;
  - в) программные сбои;
  - г) компьютерные вирусы.
6. Открытый ключ цифровой подписи - это...
- а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;
  - б) уникальная последовательность символов, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;

- в) документ на бумажном носителе или электронный документ с электронной цифровой подписью уполномоченного лица удостоверяющего центра, которые удостоверяющим центром участнику информационной системы для подтверждения подлинности электронной цифровой подписи и идентификации владельца сертификата ключа подписи.
7. К принципам реализации систем защиты относятся:
- а) принцип защиты всех от всех;
  - б) принцип комплексности и индивидуальности;
  - в) принцип законности;
  - г) принцип последовательных рубежей;
  - д) принцип разграничения полномочий;
  - е) принцип защиты средств защиты.
8. Электронная коммерция – это...
- а) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
  - б) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с использованием средств электронного обмена данными;
  - в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.
9. Пересмотр классификатора ИНКОТЕРМС-90 и его замена на ИНКОТЕРМС-2000 был вызван...
- а) произошедшими изменениями в условиях поставки товаров в соответствии с правилами международной торговли;
  - б) необходимостью предоставления возможности участникам коммерческих сделок использовать электронные сообщения при выполнении своих обязательств, связанных с поставкой товаров;
  - в) истечением срока действия классификатора ИНКОТЕРМС-90.
10. Интернет-трейдинг - это...
- а) создание брокерской фирмы в Интернете;
  - б) предоставление клиенту в реальном времени через Интернет информации о состоянии фондового и валютного рынков;
  - в) услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку (продажу) ценных бумаг и валюты в реальном времени через Интернет.

### Вариант 13

1. Шлюз – это...
- а) тайнопись;
  - б) внешнее ключевое устройство вычислительной системы, предназначенное для ввода и вывода информации, для обмена данными с пользователями и ЭВМ по каналам связи;
  - в) программ, предназначенная для двух сетей, использующих различные протоколы, благодаря чему появляется возможность обмена данными между ними.
2. Авторизация - это...
- а) процесс, в ходе которого требование на проведение транзакции одобряется или отклоняется платежной системой;
  - б) процесс установления личности продавца или покупателя;
  - в) обеспечение защиты информации от несанкционированного доступа.
3. Система «Банк-клиент» предназначена, прежде всего, для осуществления расчетов в сфере
- а) B2B;
  - б) C2C;
  - в) C2G;



- г) В2С.
4. Закрытый ключ цифровой подписи - это...
    - а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;
    - б) уникальная последовательность символов, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;
    - в) документ на бумажном носителе или электронный документ с электронной цифровой подписью уполномоченного лица удостоверяющего центра, которые удостоверяющим центром участнику информационной системы для подтверждения подлинности электронной цифровой подписи и идентификации владельца сертификата ключа подписи.
  5. Доменное имя - это...
    - а) имя поставщика услуг сети Интернет;
    - б) символьное выражение уникального адреса, определяющее расположение ресурса в сети;
    - в) символьное выражение имени компьютера.
  6. К умышленным угрозам относят:
    - а) ошибки обслуживающего персонала;
    - б) компьютерные преступления;
    - в) программные сбои;
    - г) компьютерные вирусы.
  7. Асимметричное шифрование использует ключ;
    - а) секретный ключ;
    - б) открытый ключ;
    - в) и тот, и другой.
  8. On-line – это...
    - а) информационная сеть;
    - б) команда;
    - в) режим реального времени;
    - г) утилита.
  9. Электронная коммерция – это...
    - а) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
    - б) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с использованием средств электронного обмена данными;
    - в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.
  10. При создании систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:
    - а) локальные, специально созданные для систем электронной коммерции;
    - б) общероссийские;
    - в) международные;
    - г) все перечисленные.

#### Вариант 14

1. К неумышленным угрозам относят:
  - а) ошибки обслуживающего персонала;
  - б) акты саботажа;
  - в) программные сбои;

- г) компьютерные вирусы.
- 2. Адрес в Интернет (IP-адрес, адрес Internet Protocol) – это...
  - а) узел Интернета, т.е. компьютер, подключенный к сети Интернет;
  - б) свод законов, терминов, кодов, которые используются в процессе обмена сведениями или сообщениями.
- 3. Банковская карта бывает:
  - а) расчетная;
  - б) кредитная;
  - в) и та, и другая.
- 4. Объекты систем электронной коммерции классифицируются по:
  - а) товарам производственного назначения;
  - б) потребительским товарам;
  - в) услугам;
  - г) типу пользователя.
- 5. Расположите в порядке выполнения последовательность действий при оценке эффективности электронной коммерции/
  - а) организация получения необходимых статистических и иных данных для определения показателей эффективности;
  - б) определение предметной области оценки эффективности электронной коммерции;
  - в) анализ полученных результатов и принятие решений;
  - г) выявление показателей эффективности деятельности по достижению поставленной цели;
  - д) расчет показателей эффективности;
  - е) формулирование критерия эффективности;
  - ж) определение целевой функции деятельности хозяйствующего субъекта в этой области.
- 6. Инструментарием электронной коммерции являются...
  - а) классификаторы;
  - б) стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;
  - в) автоматизированные системы электронной коммерции;
  - г) инструменты web-маркетинга;
  - д) все перечисленное.
- 7. Баннер – это...
  - а) документированная информация;
  - б) рекламный графический блок правильной формы, связанный гиперссылкой с web-страницей рекламодателя;
  - в) виртуальный магазин.
- 8. При оценке экономической эффективности системы электронной коммерции к эксплуатационным расходам относят:
  - а) заработную плату обслуживающего персонала;
  - б) расходы на вспомогательные материалы;
  - в) взносы за доменное имя;
  - г) арендная плата за каналы связи;
  - д) затраты на первоначальный анализ и планирование;
  - е) плата провайдеру услуг Интернета;
  - ж) амортизационные отчисления;
  - з) расходы на проводимые рекламные компании.
- 9. Что понимается под документом или документированной информацией в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»?
  - а) зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать;

- б) информация, зафиксированная на бумажном носителе и заверенная подписью руководителя и печатью организации;
  - в) упорядоченная совокупность данных, зафиксированных с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
  - г) представленная на материальном носителе информация, имеющая аналог на бумажном носителе, оформленный в соответствии с существующими правилами.
10. В какой коммуникационной модели потребителю отводится исключительно пассивная роль и отсутствует обратная связь?
- а) «многие-ко-многим»;
  - б) «один-ко-многим».

### Вариант 15

1. Возможные направления оценки эффективности электронной коммерции:
  - а) экономическое;
  - б) организационное;
  - в) маркетинговое;
  - г) все перечисленные.
2. Прямые убытки субъектов электронной коммерции, возникающие в результате нарушения безопасности, выражаются в...
  - а) стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации;
  - б) стоимости незаконных операции с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
  - в) стоимости текущих расходов, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности;
  - г) стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьи лицам.
3. Одним из требований, предъявляемых к системе электронных платежей, является аутентификация.
  - а) верно;
  - б) неверно.
4. Основное преимущество электронной коммерции состоит в:
  - а) удобстве и комфортности для пользователей;
  - б) скорости совершения сделок;
  - в) значительном сокращении транзакционных издержек;
  - г) отсутствии необходимости личного общения при совершении сделки.
5. HTTP – это...
  - а) язык для создания web-сайта;
  - б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных web-систем;
  - в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет.
6. Интернет-банкинг - это...
  - а) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;
  - б) создание виртуального банка в Интернете;
  - в) получение банковского кредита через Интернет.
7. Признает ли гражданское законодательство допустимость использования при оформлении договоров электронных форм документов
  - а) нет, не признает;
  - б) признает при условии наличия электронно-цифровой подписи;
  - в) признает только в части прав распоряжения денежными средствами, находящимися на счете при использовании аналогов собственноручной подписи, кодов, паролей и иных средств, подтверждающих, что распоряжение дано уполномоченным на это лицом;
  - г) да, признает.

8. Электронная цифровая подпись - это...
  - а) аналог собственноручной подписи, реализованный в электронном виде;
  - б) признак того, что полученный файл отправлен именно владельцем электронной цифровой подписи и в том виде, как он был составлен отправителем;
  - в) специальным образом подготовленное электронное сообщение, подтверждающее его целостность и авторство отправителя.
9. При создании систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:
  - а) локальные, специально созданные для систем электронной коммерции;
  - б) общероссийские;
  - в) международные;
  - г) все перечисленные.
10. Система HotLog –это ...
  - а) сеть обмена баннерами;
  - б) счетчик посетителей сайта;
  - в) система сбора и анализа статистики Интернет-проекта.

### **Вариант 16**

1. Косвенные убытки субъектов электронной коммерции, возникающие в результате нарушения безопасности, выражаются в...
  - а) стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации;
  - б) стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
  - в) стоимости текущих расходов, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности;
  - г) стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьи лицам.
2. Чат – это...
  - а) код, указывающий положение информации в ЭВМ.
  - б) беседа или дружеский разговор при помощи сети Интернет.
  - в) набор правил, ограничивающих все, что связано с работой сети.
3. Аутентификация – это...
  - а) тайнопись;
  - б) техника скрытой передачи или скрытого хранения информации;
  - в) информация, передаваемая по сети Интернет;
  - г) подпись, которой заверяется электронная почта;
  - д) установление законным получателем факта, что полученное сообщение послано законным отправителем.
4. Система электронных платежей обеспечивает удаленный доступ к банковскому счету:
  - а) да.
  - б) нет.
5. Оплата наличными предусматривает:
  - а) оплату наличными курьеру, наложенный платеж;
  - б) телеграфный, почтовый, банковский перевод;
  - в) все перечисленные формы.
6. Мультимедиа – это...
  - а) возможная широта использования данного информационного продукта;
  - б) компьютерная технология, позволяющая гибко управлять потоками разнообразной информации;
  - в) представление текста в виде строчек чисел.
7. Что понимается под документом (документированной информацией) в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»?

- а) зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать;
  - б) информация, зафиксированная на бумажном носителе и заверенная подписью руководителя и печатью организации;
  - в) упорядоченная совокупность данных, зафиксированных с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
  - г) представленная на материальном носителе информация, имеющая аналог на бумажном носителе, оформленный в соответствии с существующими правилами.
8. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается...
- а) в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;
  - б) в отношении стоимости системы защита в стоимости взлома этой системы;
  - в) в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.
9. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что...
- а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающих высокие темпы роста экономик страны;
  - б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
  - в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.
10. Основными моделями электронных транзакций на сегодняшний день являются модели:
- а) B2B и C2C;
  - б) B2C и B2B;
  - в) B2C и C2B.

### **Практическое задание**

Для выполнения задания необходимо войти на выбранный в соответствии с вариантом web-сайт и проанализировать его по следующей схеме:

1. Определить и принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.
2. Выполнить классификацию модели взаимодействия субъектов системы электронной коммерции по видам.
3. Определить:
  - основные структурные элементы в построении web-сайта;
  - способы регистрации пользователей;
  - используемые платежные системы;
  - используемые способы доставки товаров.
4. Определить представленные на web-сайте методы реализации маркетинговых функций системы электронной коммерции.

### **Варианты практического задания**

1. <http://auction.nn.ru>
2. <http://www.tradecable.ru>
3. <http://auctions.org.ru>
4. <http://intertorg.ru>
5. <http://stroy.board.com.ua>
6. <http://torg.alkar.net>
7. <http://tp.tatcenter.ru>
8. <http://trading.h1.ru>
9. <http://www.acc-design.ru>
10. <http://www.bau-group.ru>

11. <http://www.chemforum.ru>
12. <http://www.gelos.ru>
13. <http://www.inmarsys.ru>
14. <http://www.linx.spb.ru>
15. <http://www.perfume.com>
16. <http://www.prisposoba.ru>
17. <http://www.rossahar.ru>
18. <http://www.stroyteh.ru>
19. <http://www.avitok.ru>
20. <http://www.coinsyard.ru>
21. <http://www.aviatrans.ru>
22. <http://www.100-tovarov.ru>

### **Указания по выбору варианта контрольной работы и оформлению контрольной работы**

В контрольную работу включены: 1 теоретический вопрос, 1 тестовое задание и 1 практическое задание.

Контрольная работа должна быть аккуратно оформлена, иметь нумерацию страниц, содержание, список использованной литературы и, если необходимо, приложение.

Общая структура контрольной работы:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Теоретический вопрос.
4. Тестовое задание.
5. Практическое задание.
6. Приложение.
7. Список использованной литературы.

Объем контрольной работы (без приложений) – 20-25 страниц рукописного текста или 15-20 страниц печатного текста на бумаге формата А4. При выполнении работы с помощью компьютера рекомендуется использовать следующих требований: гарнитура шрифта – Times New Roman, размер шрифта – 14 пт, междустрочный интервал – 1,5 пт.

Все страницы работы должны быть пронумерованы. Титульный лист работы считается первой страницей документа (номер страницы на титульном листе не проставляется). Образец титульного листа представлен в Приложении А.

При ответе на теоретический вопрос желательно приводить цитаты, статистические данные, графики и диаграммы, которые должны иметь ссылки на информационный источник (фамилия и инициалы автора, название цитируемого источника, том, часть, выпуск, издательство, год, страницы), использовать в качестве примеров практический материал, возможно связанный с местом работы студента. Используемые в тексте иллюстрации должны быть пронумерованы и иметь подрисуночную надпись, для таблиц необходимо указывать название.

Не зачитывается контрольная работа, содержание вопросов которой дословно переписано из лекций или учебной литературы, монографий.

Тестовое задание представляет собой тест, состоящий из закрытых вопросов. Вопросы теста имеют разное количество вариантов ответа, из которых правильными могут быть как один, так и несколько вариантов.

Выполнение практического задания заключается в анализе по указанным в задании вопросам web-сайта Интернета, выбранного в соответствии с вариантом. В качестве приложения к практическому заданию необходимо использовать распечатки домашних страниц сайтов, и 2-3-х любых страниц сайта по выбору студента, например, страницы регистрации пользователя, заполнения анкеты, формы заказа товаров и др.

В списке литературы необходимо указать все использованные источники. Список источников должен быть упорядочен по алфавиту и пронумерован. Оформление списка литературы должно соответствовать требованиям стандарта ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

Контрольная работа должна быть представлена в деканат факультета для проверки не позднее, чем за 20 дней до начала экзаменационной сессии. Контрольная работа, выполненная без соблюдения требований, не полностью или не по своему варианту, не зачитывается и возвращается студенту на доработку или для ее выполнения в соответствии с вариантом.

#### Порядок определения вариантов заданий контрольной работы

##### Теоретический вопрос

Первая буква фамилии	Вариант	Первая буква фамилии	Вариант	Первая буква фамилии	Вариант
А,	1	И, Ч	9	С	17
Б	2	К	10	О	18
В	3	М	11	Ш, Ц	19
Г	4	Н	12	Х, Ф	20
Д	5	П	13	Ю	21
Е	6	Р, Щ	14	Я	22
Ж, Л	7	Т	15		
З	8	Э, У	16		

##### Тестовое задание

Первая буква имени	Вариант	Первая буква имени	Вариант	Первая буква имени	Вариант
А	1	Ж, Ш	7	С, Ю	13
Б, П	2	З, Щ	8	Т, Я	14
В, Р	3	И, Э	9	О	15
Г, Х	4	К	10	Л	16
Д, Ц	5	М, Н	11		
Е, Ч	6	Ф, У	12		

##### Практическое задание

Первая буква отчества	Вариант	Первая буква отчества	Вариант	Первая буква отчества	Вариант
А	1	И	9	С	17
Б	2	К	10	Т	18
В	3	Л	11	У, Х	19
Г	4	М	12	Ф	20
Д	5	Н	13	Ч, Ц	21
Е	6	О	14	Э	22
Ж, Ш	7	П	15	Ю	23
З, Щ	8	Р	16	Я	24

#### Критерии оценки:

**40 баллов (зачтено)** - выставляется студенту, если выполнено правильно более 90% заданий контрольной работы в соответствии с вариантом, оформление контрольной работы соответствует требованиям;

**25 баллов (зачтено)** - выставляется студенту, если выполнено правильно от 70 до 89% заданий контрольной работы в соответствии с вариантом, оформление контрольной работы в целом соответствует требованиям;

**10 баллов (зачтено)** - выставляется студенту, если правильно от 69 до 50% заданий контрольной работы в соответствии с вариантом, оформление контрольной работы в целом соответствует требованиям, но имеются некоторые замечания.

**0 баллов (не зачтено)** - выставляется студенту, если не выполнено более 50% заданий контрольной работы в соответствии с вариантом, работа выполнена не по варианту, оформление контрольной работы не соответствует требованиям, имеются существенные замечания.

Составитель, к.к., доцент \_\_\_\_\_

Л.В. Кухаренко

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
 «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
 Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

### Кафедра бухгалтерского учета и анализа

Вопросы для подготовки к зачету  
 по дисциплине «Электронная коммерция»  
 для студентов 4 курса  
 направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»  
 направленность (профиль) «Коммерция», «Коммерция»  
 на 2019-2020 уч. год

1.	Понятие электронной коммерции.
2.	Понятие электронной торговли.
3.	Предмет, роль, место электронной коммерции в современном мире.
4.	Основные этапы развития электронной коммерции.
5.	Преимущества Интернет для электронной коммерции.
6.	Субъекты электронной коммерции.
7.	Объекты электронной коммерции.
8.	Модели бизнес-процессов (B2B, B2C, C2C, G2B).
9.	Понятие инструментария электронной коммерции.
10.	Классификаторы и их роль в построении систем электронной коммерции.
11.	Понятие электронных платежей.
12.	Основные формы электронных платежей.
13.	Требования, предъявляемые к системам электронных платежей
14.	Типы электронных платежей.
15.	Российские системы электронных платежей.
16.	Криптовалюта.
17.	Особенности среды Интернет как нового канала коммуникаций.
18.	Основные службы Интернета.
19.	Навигационные сайты.
20.	Конечные сайты.
21.	Иницилирующие сайты.
22.	Способы работы с посетителями сайтов.
23.	Понятие интернет-магазина. Классификация.
24.	Российские интернет-магазины.
25.	Интернет-аукцион. Типы аукционов.
26.	Российские интернет-аукционы.
27.	Торговые площадки, их виды. Российские торговые площадки.
28.	Интернет-банкинг.
29.	Интернет-трейдинг.
30.	Интернет-страхование.
31.	Понятие безопасности электронной коммерции. Основные термины
32.	Объекты защиты в СЭК. Составные элементы безопасности.
33.	Общие принципы обеспечения защиты.
34.	Организационные принципы обеспечения безопасности.
35.	Принципы реализации системы защиты.
36.	Убытки, возникающие на предприятии вследствие нарушения информационной безопасности.
37.	Правовое обеспечение электронной коммерции.
38.	Нормативно-правовая база в области систем электронных видов бизнеса.



39.	Угрозы информационной безопасности электронной коммерции.
40.	Понятие криптографической защиты.
41.	Программные средства защиты информации.
42.	Технические средства защиты информации.
43.	Понятие эффективности электронной коммерции.
44.	Оценка экономической эффективности.
45.	Применение средств и технологий электронной коммерции при разработке и осуществлении экономических стратегий торговых предприятий.
46.	Маркетинговые показатели эффективности.
47.	Организационные показатели эффективности.
48.	Основные проблемы правового регулирования ЭК.
49.	Мобильная коммерция: предоставляемые услуги и направления развития.
50.	Мобильная коммерция: понятие, достоинства и недостатки
51.	Реализация логистических процессов в среде электронной коммерции.
52.	Интерактивный маркетинг и электронная торговля.
53.	Юзабилити. Понятие и критерии оценки
54.	Методы привлечения посетителей сайта
55.	Методы удержания посетителей сайта
56.	Организация обратной связи с посетителями сайтов
57.	Технические аспекты систем электронной цифровой подписи.
58.	Организационные аспекты систем электронной цифровой подписи.
59.	Маркетинговые функции систем электронной коммерции.
60.	Внедрение технологий электронной коммерции в работу предприятий сферы торговли и услуг.
61.	Организация информационно-аналитической системы в электронной коммерции.
62.	Веб-аналитика. Понятие и возможности для анализа деятельности СЭК
63.	Мобильные платежи.
64.	Российские системы Интернет банкинга.
65.	Технологии NFC в системе электронных платежей.
66.	Биткойн - инновационная платежная сеть.
67.	Факторы, влияющие на развитие ЭК в России.
68.	Факторы, препятствующие развитию ЭК в России
69.	Стратегии развития ЭК в России
70.	Брэнддинг в среде Интернета.
71.	Реклама в Интернете.
72.	CRM как компонент обслуживания потребителей.

### Практические задания к зачету

1.	<p>Для сайта <a href="http://torg.alkar.net">http://torg.alkar.net</a> определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</li> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
2.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.3-porosenka.ru/">http://www.3-porosenka.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>

3.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.3-porosenka.ru/">http://www.3-porosenka.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>По данным счетчика liveinternet определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
4.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.prisposoba.ru">http://www.prisposoba.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
5.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.baucentr.ru">http://www.baucentr.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
6.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.allpostren.ru">http://www.allpostren.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
7.	<p>Войдите на сайт <a href="http://tp.tatcenter.ru">http://tp.tatcenter.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
8.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.etorg.com">http://www.etorg.com</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
9.	<p>Войдите на сайт <a href="http://oho.ru">http://oho.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
10.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.rossahar.ru">http://www.rossahar.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели</p>

	<p>взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
11.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.PolyPipe.ru">http://www.PolyPipe.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
12.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.auction.nn.ru">http://www.auction.nn.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
13.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.belfan.ru/">http://www.belfan.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.  По данным счетчика, установленного на сайте, определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
14.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.kupi-prodai.com">http://www.kupi-prodai.com</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
15.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.wines-shop.ru">http://www.wines-shop.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
16.	<p>Войдите на сайт <a href="http://story.board.com.ua">http://story.board.com.ua</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.  Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
17.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.aviatrans.ru">http://www.aviatrans.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p>

	<p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
18.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.kladoiskatel.ru">http://www.kladoiskatel.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
19.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.krab.ru">http://www.krab.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
20.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.ntcenter.ru">http://www.ntcenter.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
21.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.linx.spb.ru">http://www.linx.spb.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
22.	<p>Войдите на сайт <a href="http://hotcd.shop-pc.biz">http://hotcd.shop-pc.biz</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
23.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.ba.by">http://www.ba.by</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
24.	<p>Войдите на сайт <a href="http://doski.com.ua">http://doski.com.ua</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p>

	<p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
25.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.teport.de">http://www.teport.de</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
26.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.tractormarket.ru">http://www.tractormarket.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
27.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.avito.ru/">http://www.avito.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели..</p> <p>По данным счетчика liveinternet определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
28.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.books.ru">http://www.books.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели..</p> <p>По данным счетчика , установленного на сайте определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
29.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.tradecable.ru">http://www.tradecable.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
30.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.elec.ru/">http://www.elec.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели..</p> <p>По данным счетчика, установленного на сайте, определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
31.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.elec.ru/">http://www.elec.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• способы маркетингового взаимодействия с потребителями</li> </ul>
32.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.books.ru">http://www.books.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul>
33.	<p>Войдите на сайт <a href="http://oborudka.ru">http://oborudka.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul>
34.	<p>Войдите на сайт <a href="http://oborudka.ru">http://oborudka.ru</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>По данным счетчика, установленного на сайте, определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>
35.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.lazurit-mebel.ru/">http://www.lazurit-mebel.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul>
36.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.lazurit-mebel.ru/">http://www.lazurit-mebel.ru/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>По данным счетчика, установленного на сайте, определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• число повторных посещений;</li> <li>• посещаемость домашней страницы;</li> <li>• географию посещений страницы.</li> </ul>

Преподаватель КБУ, к.к., доцент \_\_\_\_\_ Л.В. Кухаренко



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

1. Фонд оценочных средств по дисциплине «Электронная коммерция» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа

протокол № 8 от 18.03.2020 г.

Заведующий кафедрой



/ Лактионова Н.В./

2. Оценочные материалы по дисциплине «Электронная коммерция» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры экономики и цифровых технологий, протокол №8 от 16.03.2023.

Заведующий кафедрой



Л.С. Михайлова

3. Оценочные материалы по дисциплине «Электронная коммерция» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры экономики и цифровых технологий, протокол №9 от 14.03.2024.

Заведующий кафедрой



А.А. Черник