

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

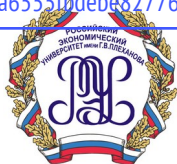
Дата подписания: 26.09.2024 09:21:13

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdeba827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

*Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания*

*направленность (профиль) программы Технология и организация ресторанного дела*



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»

К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л

УТВЕРЖДЕНО

Протоколом заседания кафедры бухгалтерского учета и анализа от 28.03.2019 № 7

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

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.ДВ.02.01 УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫМ БИЗНЕСОМ**

**Направление подготовки 19.03.04**

**Технология продукции и организация общественного питания**

**Направленность (профиль) программы**

**Технология и организация ресторанного бизнеса**

**для студентов приема 2020 г.**

**Уровень высшего образования Бакалавриат**

**Программа подготовки академический бакалавриат**

Составитель:



Р.Н. Фролов, к.т.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа

Краснодар  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

- 1 . ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
  - 2 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
  - 3 ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ  
ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЫ
  - 4 ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЕ
  - 5 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ  
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ
  - 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 ПРОГРА
  - 7 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ  
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
КОМПЕТЕНЦИЙ
- ПРИЛОЖЕНИЯ

Комплект тестов (тестовых заданий)  
(входной уровень)

Комплект тестов (тестовых заданий) Раздел 3

Кейс-задание

Темы групповых и (или) индивидуальных творческих заданий (проектов)

Комплект заданий для выполнения контрольной работы

Комплект заданий для выполнения контрольной работы  
студентами заочной формы обучения

Вопросы для подготовки к зачету

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Управление электронным бизнесом» является неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций студентов направления подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» направленности (профиля) «Технология и организация ресторанного бизнеса».

ФОС входит в состав ОПОП ВО, представляют собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающихся установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины «Управление электронным бизнесом».

Фонд оценочных средств по дисциплине используется при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине:

«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 подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин

Виды оценочных средств, представленные в ФОС по дисциплине «Управление электронным бизнесом» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в Календарно-тематическом плане дисциплины.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Целью разработки фонда оценочных средств по учебной дисциплине «Управление электронным бизнесом» является установление соответствия знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины .

Задачи, решаемые при помощи фонда оценочных средств по учебной дисциплине «Управление электронным бизнесом»:

-управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

-оценка достижений студентов в процессе изучения учебной дисциплины;

-обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

- управление достижением целей реализации ОПОП ВО, определенных в виде набора общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций выпускников, указанных в ФГОС ВО.

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

Изучение учебной дисциплины «Управление электронным бизнесом» направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

Знать: технологию поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий, с целью представления ее в требуемом формате

Уметь: осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий.

Владеть: навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий с целью представления ее в требуемом формате

ПК-10 способностью определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам внутри и вне предприятия питания, анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж, владеть системой товародвижения и логистическими процессами на предприятиях питания

Знать: ассортимент продаваемой продукции производства и услуги внутри и вне предприятия питания, с целью анализа информации по результатам продаж и товародвижения, на основе которых будут приниматься решения в области контроля процесса продаж и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания

Уметь: определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам предприятия питания, а также анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания

Владеть: навыками анализа информации по результатам продаж и принятию решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами с использованием систем товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания

ПК-15 способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию

Знать: поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, с целью систематизации и обобщения информации

Уметь: осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, для систематизации и обобщения информации

Владеть: навыком поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка для систематизации и обобщения информации

ПК-16 способностью стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, проводить анализ, оценку рынка и риски, проводить аудит финансовых и материальных ресурсов

Знать: принципы развития стратегии предприятия питания с учетом множественных факторов для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков

Уметь: планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков

Владеть: навыками построения стратегии развития предприятия питания, с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины «Управление электронным бизнесом». 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 2):

Таблица 2

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)			
	ОПК-1	ПК-10	ПК-15	ПК-16
курс 2, семестр 4				
<i>Раздел 1. Принципы функционирования информационных сетей в ресторанном деле</i>				
Тема 1 Особенности функционирования экономики в организации общественного питания	+	+	+	+
Тема 2 Интернет технологии, как информационный ресурс продвижения ресторанного дела		+	+	+
<i>Раздел 2 Межсоединения и распределенная экономика в ресторанном деле</i>				
Тема 3. Организация межсоединений в сети Интернет для ресторанного дела	+	+	+	+
Тема 4 Методика расчета стоимости межсоединений для оптимизации деятельности ресторанного дела	+	+	+	+
Тема 5 Формирование ценовой политики на основе применения Интернет технологий для продвижения ресторанного дела в сети	+	+	+	+
<i>Раздел 3. Электронный бизнес и его преимущества для ресторанного дела</i>				
Тема 6. Отличительные особенности e-commerce и e-business в ресторанном деле	+	+	+	+
Тема 7. Торговые системы в Интернет для продвижения товаров и услуг ресторанов	+	+	+	+
Тема 8. Платежные системы в Интернете	+	+	+	+

#### 4. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫМ БИЗНЕСОМ»

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Управление электронным бизнесом» 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:

Контролируемые разделы, темы в соответствии с РПД	Формируемые компетенции	Оценочные средства		
		Тестовые задания, кол-во	Другие оценочные средства	
			Вид	Кол-во
<i>Раздел 1. Принципы функционирования информационных сетей в ресторанном деле</i>				
Тема 1. Особенности функционирования сетевой экономики в организации общественного питания	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16	30	Входной тест	1
			Комплект для выполнения кейс-заданий	1
Тема 2. Интернет технологии, как информационный ресурс продвижения ресторанного дела	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий	1
<i>Раздел 2 Межсоединения и распределенная экономика в ресторанном деле</i>				
Тема 3. Организация межсоединений в сети Интернет для ресторанного дела	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий	1
Тема 4. Методика расчета стоимости межсоединений для оптимизации деятельности ресторанного дела	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий, контрольная работа	1
Тема 5. Формирование ценовой политики на основе применения Интернет технологий для продвижения ресторанного дела в сети	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий	1
<i>Раздел 3. Электронный бизнес и его преимущества для ресторанного дела</i>				
Тема 6. Отличительные особенности e-commerce и e-business в ресторанном деле	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий	1

Тема 7. Торговые системы в Интернет для продвижения товаров и услуг ресторанов	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16		Комплект для выполнения кейс-заданий Комплект заданий для выполнения контрольной работы	1 1
Тема 8. Платежные системы в Интернете	ОПК-1 ПК-10 ПК-15 ПК-16	70	Комплект тестовых заданий Презентации с обсуждением	1 1
Всего		100		11

## 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 «Управление электронным бизнесом» 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 в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

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 2:

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ОПК-1	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> технологию поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий, с целью представления ее в требуемом формате</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий с целью представления ее в требуемом формате</p>
		ПК-10	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> ассортимент продаваемой продукции производства и услуги внутри и вне предприятия питания, с целью анализа информации по результатам продаж и товародвижения, на основе которых будут приниматься решения в области контроля</p>



			<p>процесса продаж и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам предприятия питания, а также анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками анализа информации по результатам продаж и принятию решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами с использованием систем товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p>
		ПК-15	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, с целью систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, для систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыком поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка для систематизации и обобщения информации</p>
		ПК-16	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> принципы развития стратегии предприятия питания с учетом множественных факторов для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Владеет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками построения стратегии развития предприятия питания, с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p>
70 – 84	«хорошо»	ОПК-1	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b>

баллов	«зачтено»		<p>технологии поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий, с целью представления ее в требуемом формате</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий с целью представления ее в требуемом формате</p>
		ПК-10	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> ассортимент продаваемой продукции производства и услуги внутри и вне предприятия питания, с целью анализа информации по результатам продаж и товародвижения, на основе которых будут приниматься решения в области контроля процесса продаж и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам предприятия питания, а также анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками анализа информации по результатам продаж и принятию решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами с использованием систем товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p>
		ПК-15	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, с целью систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, для систематизации и обобщения информации</p>

			<p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыком поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка для систематизации и обобщения информации</p>
		ПК-16	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> принципы развития стратегии предприятия питания с учетом множественных факторов для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками построения стратегии развития предприятия питания, с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p>
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ОПК-1	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> технологию поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий, с целью представления ее в требуемом формате</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий с целью представления ее в требуемом формате</p>
		ПК-10	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> ассортимент продаваемой продукции производства и услуги внутри и вне предприятия питания, с целью анализа информации по результатам продаж и товародвижения, на основе которых будут приниматься решения в области контроля процесса продаж и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции</p>

			<p>производства и услугам предприятия питания, а также анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками анализа информации по результатам продаж и принятию решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами с использованием систем товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p>
		ПК-15	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, с целью систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, для систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыком поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка для систематизации и обобщения информации</p>
		ПК-16	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> принципы развития стратегии предприятия питания с учетом множественных факторов для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками построения стратегии развития предприятия питания, с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p>
менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ОПК-1	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> технологию поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий, с целью представления ее в требуемом формате</p>

		<p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий с целью представления ее в требуемом формате</p>
	ПК-10	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> ассортимент продаваемой продукции производства и услуги внутри и вне предприятия питания, с целью анализа информации по результатам продаж и товародвижения, на основе которых будут приниматься решения в области контроля процесса продаж и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам предприятия питания, а также анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками анализа информации по результатам продаж и принятию решения в области контроля процесса продаж системой товародвижения и логистическими процессами с использованием систем товародвижения и логистическими процессами, с использованием информационных технологий и Интернет-технологий на предприятиях питания</p>
	ПК-15	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, с целью систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, для систематизации и обобщения информации</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыком поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка для систематизации и обобщения информации</p>
	ПК-16	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> принципы развития стратегии предприятия питания с учетом множественных факторов для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и</p>

			<p>материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> планировать стратегию развития предприятия питания с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками построения стратегии развития предприятия питания, с учетом множественных факторов, для проведения на их основе анализа, с целью аудита финансовых и материальных ресурсов, для выявления оценки видов рынков и рисков</p>
--	--	--	---

Оценка «Не зачтено» 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.

Фонд оценочных средств сформирован на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к семинарским, лабораторным занятиям, выполнению самостоятельной работы, вопросы к экзаменам, варианты тестовых заданий и т.п.

## **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.

*(Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-6)*

### **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 8)*

## **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 4).

Таблица 4

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, входной контроль), приложение 2)	Экспертный
2. 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 3)	экспертный
3. Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить: умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве, уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и (или) индивидуальных проектов (Приложение 4)	экспертный

4. Комплекты задач, заданий	<p>Задачи и задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</li> <li>-реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</li> <li>-творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения</li> </ul>	Комплект разноуровневых задач и заданий (Приложение 5,6)	экспертный
5. зачет	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента по выполнению лабораторных, расчетно-аналитических, расчетно-графических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, прохождения учебной и производственной практики и выполнения в процессе практик всех учебных заданий в соответствии с утвержденной программой	Вопросы к зачету (Приложение 7)	экспертный



**Образец оформления комплекта тестов (тестовых заданий) входного контроля**



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Управление электронным бизнесом»  
(входной уровень)**

1. Соединение нескольких компьютеров при помощи таких каналов связи и таких программных средств, которые позволяют объединять файловые системы входящих компьютеров.
  - А. Глобальная сеть
  - В. Локальная сеть
  - С. Компьютерная сеть
2. Соединение компьютеров, при котором возможно использование информации, физически находящейся на других компьютерах сети, однако полный доступ к файловой системе других компьютеров не предоставляется.
  - А. Глобальная сеть
  - В. Локальная сеть
  - С. Компьютерная сеть
3. Конфигурация физических соединений компонентов локальной сети.
  - А. Протокол
  - В. Браузер
  - С. Топология
  - D. Сервер
  - Е. Рабочая станция
4. Специальный компьютер, который выделяет свои ресурсы в сеть.
  - А. Протокол
  - В. Браузер
  - С. Топология
  - D. Сервер
  - Е. Рабочая станция
5. Персональный компьютер, который потребляет выделенные ресурсы и пользуется услугами, предоставляемыми серверами приложений и баз данных.
  - А. Протокол
  - В. Браузер
  - С. Топология
  - D. Сервер
  - Е. Рабочая станция
6. В какой топологии имеется центральное коммутационное устройство (концентратор), к которому подключен каждый компьютер?
  - А. Звезда
  - В. Кольцо
  - С. Общая шина
  - D. Протокол
7. Укажите основное достоинство топологии «Звезда».
  - А. Нет ограничений на протяженность сети

- В. Наиболее быстродействующая топология
  - С. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты
8. В какой топологии предполагается подключение компьютеров к общему кабелю, на концах которого находятся терминальные коннекторы?
- А. Звезда
  - В. Кольцо
  - С. Общая шина
  - Д. Протокол
9. Укажите основное достоинство топологии «Кольцо».
- А. Нет ограничений на протяженность сети
  - В. Наиболее быстродействующая топология
  - С. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты
10. В какой топологии компьютеры замкнуты в цепочку, а сигнал передается от одной станции к другой?
- А. Звезда
  - В. Общая шина
  - С. Кольцо
  - Д. Протокол
11. Укажите основной недостаток топологии «Общая шина».
- А. Нет ограничений на протяженность сети
  - В. Наиболее быстродействующая топология
  - С. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты
12. Локальная сеть, состоящая из одного или нескольких мощных центральных компьютеров (серверов) и менее мощных компьютеров, называемых рабочими станциями.
- А. Сеть с выделенным сервером
  - В. Одноранговая сеть
13. В данной локальной сети каждый компьютер как выделяет свои ресурсы в сеть, так и потребляет выделенные ресурсы (все узлы сети равноправны).
- А. Сеть с выделенным сервером
  - В. Одноранговая сеть
14. Укажите недостаток одноранговых сетей.
- А. Просты в эксплуатации
  - В. Нет необходимости в администраторе
  - С. Минимум оборудования и программного обеспечения
  - Д. Затруднено решение вопросов защиты информации
15. Укажите недостаток иерархических сетей (сетей с выделенным сервером).
- А. Более высокая сложность установки и модернизации сети
  - В. Позволяет более рационально распределить ресурсы
  - С. Обеспечивает высокий уровень защиты данных
  - Д. Затруднено решение вопросов защиты информации
16. Единый формат передаваемой информации и запросов на операции.
- А. Браузер
  - В. Интерфейс
  - С. Протокол
17. Протоколы, которые описывают технические детали представления и передачи информации в разных операционных системах.
- А. Высокоуровневые протоколы
  - В. Низкоуровневые протоколы
18. Протоколы, описывающие технические детали представления и передачи информации.
- А. Высокоуровневые протоколы
  - В. Низкоуровневые протоколы
19. Уникальное имя, под которым компьютер (сетевое соединение или узел) известен всем остальным компьютерам в Internet (состоит из четырех номеров, разделенных точками) в версии IP.v.4.

- A. Доменное имя
  - B. IP-адрес
  - C. Браузер
  - D. Протокол
  - E. Топология
20. Протокол, который регламентирует связь между пакетиками, на которые разбивается информация, передаваемая между компьютерами в Internet.
- A. IP
  - B. TCP
  - C. FTP
  - D. HTTP
21. Протокол, который определяет, что любая информация, передаваемая в Internet, представляет собой пакет длиной 1500 байт, сопровождаемый стандартной служебной записью с IP-адресами машины-получателя и машины-отправителя.
- A. IP
  - B. TCP
  - C. FTP
  - D. HTTP
22. Уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое состоит из нескольких слов (сочетаний символов), разделенных точками, которое позволяет идентифицировать web-сайт или адрес электронной почты в сети Internet.
- A. Доменное имя
  - B. IP-адрес
  - C. Браузер
  - D. Протокол
  - E. Топология
23. Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.
- A. Рунет
  - B. Российский Internet
24. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)
- A. Полное доменное имя
  - B. Относительное имя
  - C. Краткое имя
10. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [yandex.](http://www.yandex.ru)
- A. Полное доменное имя
  - B. Относительное имя
  - C. Краткое имя
25. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [www.yandex.](http://www.yandex.ru)
- A. Полное доменное имя
  - B. Относительное имя
  - C. Краткое имя
26. В доменном имени [relax.magine.ru](http://relax.magine.ru) его часть [ru](http://relax.magine.ru).
- A. Домен первого уровня
  - B. Домен второго уровня типа GENERIC
  - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
  - D. Домен третьего уровня
27. В доменном имени [relax.magine.ru](http://relax.magine.ru) его часть [magine.](http://relax.magine.ru)
- A. Домен первого уровня
  - B. Домен второго уровня типа GENERIC
  - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
  - D. Домен третьего уровня
28. В доменном имени [relax.magine.ru](http://relax.magine.ru) его часть [relax.](http://relax.magine.ru)
- A. Домен первого уровня
  - B. Домен второго уровня типа GENERIC
  - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

- D. Домен третьего уровня
29. В доменном имени relax.pp.ru его часть pp.
- A. Домен первого уровня
  - B. Домен второго уровня типа GENERIC
  - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
  - D. Домен третьего уровня
30. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня gTLD
- A. Администраторы национальных доменов

**Критерии оценки знаний студентов при выполнении тестового задания**

- 5 баллов: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 80 до 100%;
- 3 балла: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 40 до 79%;
- 1 балл: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 10 до 39%;

Преподаватель КБУ,  
к.т.н., доцент



Р.Н. Фролов



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й      Ф И Л И А Л

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект тестов (тестовых заданий)**  
**по дисциплине «Управление электронным бизнесом»**

**Раздел 3. «Электронный бизнес и его преимущества для ресторанного дела»**

1. Сетевая экономика может быть определена по формуле:
  1. традиционная экономика = сетевая экономика + информационные ресурсы и технологии;
  2. сетевая экономика = традиционная экономика + информационные ресурсы и технологии;
  3. информационные ресурсы и технологии = традиционная экономика + сетевая экономика;
  4. традиционная экономика = услуги сети Интернет + традиционная экономика.
2. К принципам развития и функционирования и развития сетевой экономики не относится
  1. принцип полноты;
  2. принцип обратного ценообразования;
  3. принцип распределения;
  4. принцип глобализации.
3. К информационным услугам в Интернет – экономике относят
  1. вычислительную технику;
  2. программное обеспечение;
  3. коммуникационное оборудование;
  4. обучение и консультации.
4. К компонентам WorldWideWeb не относится
  1. CASE;
  2. HTML;
  3. CGI;
  4. URL.
5. Физический уровень
  1. гарантирует доставку пакетов;
  2. представляет собой сетевой протокол IP;
  3. обеспечивает обслуживание прикладных программ;
  4. описывает ту или иную среду передачи данных.
6. Технология ADSL это
  1. непосредственное коммутируемое соединение с провайдером по телефонным сетям через Интернет;
  2. протокол передачи данных;
  3. асимметричная цифровая абонентская линия;
  4. протокол передачи данных.
7. К внешним факторам ценообразования можно отнести
  1. потребителей и рыночную среду;
  2. потребительские свойства товара;
  3. полезность товара;
  4. замещаемость товара.
8. Параметрический метод ценообразования основан на
  1. оценке затрат производителя (продавца);

2. базируется на задаваемой величине прибыли;
  3. основан на формировании цены на базе оценки и соотношения качественных параметров сетевых продуктов;
  4. применяется для продукции и услуг, агрегируемых из уже существующих модулей, элементов, видов услуг.
9. EDI это
1. сетевой протокол передачи данных;
  2. наборы правил электронного оформления типовых деловых документов;
  3. стандарт безопасности;
  4. протокол передачи данных.
10. Категория электронной коммерции B2B включает в себя
1. все уровни взаимодействия между компаниями;
  2. электронную розничную торговлю;
  3. взаимодействие государственных структур и потребителей;
  4. взаимодействие потребителей для обмена коммерческой информацией.
11. Интернет – магазин относится к
1. категории электронной коммерции B2B;
  2. категории электронной коммерции B2C;
  3. категории электронной коммерции C2C;
  4. категории электронной коммерции B2A.
12. Голландский аукцион представляет собой
1. торги с повышением цены;
  2. торги с понижением цены;
  3. торги по фиксированной цене;
  4. закрытые торги.
13. Место, где заключаются сделки между продавцом и покупателем и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций это
1. Интернет – магазин;
  2. торговая площадка;
  3. Интернет – аукцион;
  4. информационный портал.
14. Протокол SSL обеспечивает
1. беспроводную передачу данных;
  2. работу прикладных программ;
  3. проведение расчетов между финансовыми, коммерческими организациями;
  4. шифрование передаваемых через Интернет данных .
15. При выдаче пластиковой карты клиенту осуществляется ее
1. авторизация;
  2. персонализация;
  3. аутентификация;
  4. идентификация.
16. Кредитная организация, осуществляющая взаиморасчеты между участниками платежной системы по поручению процессингового центра это
1. расчетный банк платежной системы;
  2. банки-эквайеры;
  3. банк-эмитент;
  4. платежная система.
17. В общей схеме платежа с помощью электронных денег не участвует
1. плательщик;
  2. эмитент;
  3. процессинговый центр;
  4. получатель платежа.
18. Услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках через Интернет осуществляет
1. Интернет – банкинг;
  2. Интернет – страхование;
  3. Интернет – трейдинг;
  4. Интернет площадка.
19. Проводить осуществление коммунальных платежей позволяет
1. Интернет – банкинг;
  2. Интернет – трейдинг;

3. Интернет – страхование;
  4. Интернет площадка.
20. Оценка эффективности функционирования сайта является
1. первым этапом построения сайта;
  2. вторым этапом построения сайта;
  3. третьим этапом построения сайта;
  4. четвертым этапом построения сайта .
21. Реализация сайта является
1. первым этапом построения сайта;
  2. вторым этапом построения сайта;
  3. третьим этапом построения сайта;
  4. четвертым этапом построения сайта .
22. К принципам удержания посетителей Web – сайта относится
1. размещение ссылок в Web- каталогах;
  2. регистрация в тематических Web – серверах;
  3. информационное наполнение сайта ;
  4. регистрация сервера в поисковых системах.
23. Экономическая оценка эффективности функционирования корпоративного сайта может быть определена как отношение
1. полных затрат на реализацию к полученному доходу;
  2. полученного дохода к полным затратам на реализацию ;
  3. эксплуатационных затрат к единовременным;
  4. полученного дохода к эксплуатационным затратам.
24. Основной показатель эффективности Интернет рекламы рассчитывается по формуле:
1.  $CTR = \{\text{число кликов}\} / \{\text{число показов}\}$  ;
  2.  $CTR = \{\text{число показов}\} / \{\text{число кликов}\}$ ;
  3.  $CTR = \{\text{число заинтересованных посетителей}\} / \{\text{общее число посетителей}\}$ ;
  4.  $CTR = \{\text{общее число посетителей}\} / \{\text{число заинтересованных посетителей}\}$  .
25. Для динамической рекламы CTR колеблется
1. от 10% до 15%;
  2. от 15% до 30%;
  3. от 0,5% до 10%;
  4. от 0,1% до 3% .
26. Построение бизнеса в Интернете требует значительных инвестиций для чего необходимо ...
- а) определять источники финансирования
  - б) определить исполнителей проекта
  - в) произвести оценку эффективности продвижения сайта в Интернет
  - г) определить рекламу сайта
27. Одним из важных решений, которое необходимо принять на начальном этапе построения сайта, является ...
- а) произвести оценку эффективности продвижения сайта в Интернет
  - б) определять источники финансирования
  - в) произвести рассылку рекламы по электронной почте
  - г) определение основного пути реализации и непосредственных исполнителей проекта.
28. Любое использование Интернета обеспечивается специализированными компаниями, называемыми ...
- а) Интернет-провайдерами
  - б) рекламными агентствами
  - в) студиями по разработке Интернет контента#
  - г) телефонными провайдерами#
29. Одним из вариантов места размещения Web - сервера (сайта) по одной из бизнес моделей является размещение...
- а) на своем компьютере
  - б) на Web - сервере поставщика услуг Интернета
  - в) на рабочем компьютере
  - г) на Web - сервере Google
30. Доменное имя состоит из следующих частей ...

- а) названия зоны, собственного названия домена
  - б) только названия зоны
  - в) только собственного названия домена
  - г) названия зоны и названия имени машины
31. Система доменных имен (Domain Name System) предназначена для того, чтобы любой ресурс помимо уникального IP-адреса имел ... {
- а) имел уникальный почтовый адрес
  - б) легко запоминающееся имя Интернет провайдера
  - в) легко запоминающееся доменное имя
  - г) имел уникальный почтовый сервис
32. Контакт с аудиторией в рекламной бизнес модели продается...
- а) интернет провайдерам
  - б) рекламодателям или спонсорам
  - в) конечным пользователям
  - г) не продается
33. Для эффективного использования доменного имени необходимо соблюдение ряда условий ...
- а) имя должно быть легко запоминающимся, достаточно коротким, быть простым по написанию и т.д.
  - б) имя должно быть легко запоминающимся, достаточно длинным, быть сложным по написанию и т.д.
  - в) имя должно четко отражать название компании
  - г) имя должно быть связано с именем Интернет провайдера
34. Процессом оформления и поддержания доменных имен занимаются специальные организации. В России это
- а) ОСАКО
  - б) Web-names
  - в) IBM
  - г) RIPN
35. К принципам первоначального привлечения посетителей на сайт можно отнести...
- а) Регистрацию сервера в поисковых системах, Размещение ссылок в Web- каталогах, Размещение платной рекламы на серверах с целевой аудиторией и т.д.
  - б) Приобретение имени домена и регистрацию сервера в поисковых системах
  - в) Проведение тестирования сайта
  - г) Модель создания нового бизнеса
36. Поисковые системы с помощью поисковых машин производят ...
- а) автоматический поиск новых ресурсов и их ручную индексацию
  - б) автоматический поиск новых ресурсов и их автоматическую индексацию
  - в) ручной поиск новых ресурсов и их ручную индексацию
  - г) ручной поиск новых ресурсов и их автоматическую индексацию
37. Как и поисковые сайты, каталоги используются посетителями Интернета для поиска
- а) информации
  - б) электронной наличности
  - в) ручной индексации сайта
  - г) оплаты услуг
38. Интернет - каталоги представляют собой ...
- а) иерархические базы знаний организованные по предметным областям
  - б) организованные иерархические базы знаний
    - в) иерархические базы данных, организованные по предметным областям
  - г) программы, индексирующие другие сайты
39. «Желтые страницы» (Yellow Pages) — аналог широко распространенных на Западе ...
- а) телефонных справочников
  - б) телефонных компаний
  - в) торговых площадок



- г) средств массовой информации
40. Одним из направлений размещения ссылок на других серверах является ...
- а) обмен электронными денежными средствами
  - б) обмен посетителями
  - в) приобретение других серверов
  - г) обмен ссылками
41. Тарифы за размещение рекламы на сайте зависят от ...
- а) посещаемости сервера
  - б) имени сервера
  - в) количества денежных средств на сервере
  - г) количества сайтов на сервере
42. В модели поддержки существующего бизнеса сайт становится...
- а) Интернет каталогом
  - б) одним из инструментов системы маркетинга компании
  - в) торговой площадкой
  - г) Интернет аукционом
43. В модели поддержки существующего бизнеса сайт обеспечивает потребителей, партнеров, акционеров, рекламных агентов...
- а) наиболее полной и насыщенной информацией о товарах и фирме
  - б) рекламой из других сайтов
  - в) финансовыми средствами
  - г) информацией об интернет провайдерах
44. В модели создания нового бизнеса сайт может выступать в виде...
- а) биржи, торговой площадки, аукциона, магазина и т.д.
  - б) виртуальной биржи, рекламной площадки, аукциона, магазина и т.д.
  - в) виртуальной рекламной площадки, обменного банковского пункта, Интернет-аукциона, Интернет-магазина и т.д.
  - г) виртуальной биржи, торговой площадки, Интернет-аукциона, Интернет-магазина и т.д.
45. Один и тот же сайт может отражать...
- а) только одну бизнес - модель
  - б) черты нескольких бизнес - моделей
  - в) две бизнес - модели
  - г) ни одной бизнес - модели
46. С точки зрения маркетинга, Web-сайт это ...
- а) набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с одним или несколькими сегментами целевой аудитории
  - б) набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с информационными агентствами
  - в) текстовая и не сегментированная информация в сети Интернет
  - г) локальная служба передачи данных
47. Рекламная бизнес модель. Сайт создается для формирования на нем...
- а) информации об Интернет провайдерах сайта
  - б) непостоянной аудитории и не сегментированной аудитории
  - в) постоянной, четко сегментированной или, напротив, максимально широкой аудитории
  - г) максимально узкой и не сегментированной аудитории
48. Адекватное информационное наполнение для большинства сайтов является необходимым фундаментом для...
- а) привлечения Интернет провайдеров
  - б) привлечения налоговых служб
  - в) привлечения и удержания на нем посетителей
  - г) привлечения и удержания на нем Интернет разработчиков
49. Для улучшения взаимосвязи с клиентами на Web-сервере могут быть организованы ...
- а) платные услуги на сайте

- б) торговые Интернет площадки
  - в) гостевая книга, форма для запроса определенной информации, форма для заказа товара, анкета.
  - г) Интернет магазины
50. Существует основные способы идентификации пользователей ...
- а) только по по IP-адресу компьютера посетителя
  - б) только по файлам cookies
  - в) по IP-адресу компьютера посетителя, по файлам cookies, при обязательной регистрации пользователей
  - г) только при обязательной регистрации пользователей
51. Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей. Самым простым вариантом является установка из Web-сайт ...
- а) почтового службы
  - б) счетчика
  - в) системы управления
  - г) файлов cookies
52. По идентификация уникального пользователя счетчики делятся на следующие категории...
- а) счетчики, ориентирующиеся на пользователей, счетчики, ориентирующиеся на файлы cookies
  - б) счетчики, ориентирующиеся на пользователей, счетчики, ориентирующиеся на IP-адреса
  - в) счетчики, ориентирующиеся на IP-адреса, счетчики, ориентирующиеся на файлы cookies
  - г) счетчики, ориентирующиеся только на пользователей
53. Хиты это...
- а) количество просмотров страницы с установленным счетчиком
  - б) количество посетителей с уникальным IP адресом
  - в) количество посетителей
54. Хосты это...
- а) количество просмотров страницы с установленным счетчиком
  - б) количество посетителей
  - в) количество посетителей с уникальным IP адресом
  - г) количество переходов по ссылкам рекламы на сайте
55. Экономическая оценка эффективности функционирования корпоративного сайта может быть определена как ...
- а) отношение применения к затратам от ее получаемого результата , связанным с разработкой и эксплуатацией системы
  - б) полные затраты
  - в) отношение получаемого результата от ее применения к затратам, связанным с разработкой и эксплуатацией системы
  - г) затраты на приобретение Интернет ресурсов
56. При разработке концепции информационного наполнения сайта следует, прежде всего, учитывать ...
- а) имя сайта и размещение на сервере
  - б) методы эффективности сайта
  - в) возможности разработчиков
  - г) основные цели создания сайта
57. Источники затрат можно разделить на ...
- а) только постоянные
  - б) только единовременные
  - в) единовременные, капитальные затраты и эксплуатационные затраты
  - г) капитальные затраты и эксплуатационные затраты
58. Экономия возникает за счет использования ...
- а) традиционных коммуникаций вместо электронных
  - б) бесплатных почтовых серверов

- в) электронных коммуникаций вместо традиционных
  - г) счетчиков на сайте
59. Самое главное требование, предъявляемое к системе навигации, состоит в том, чтобы она была ...
- а) интуитивно понятной для пользователей с любым уровнем подготовки
  - б) максимально наполнена информацией
  - в) оформлена в специальном информационном стиле
  - г) интуитивно понятной для пользователей с высоким уровнем подготовки
60. Обычно располагается на главной или сразу на всех страницах сервера ...
- а) карта сайта
  - б) регистрационная форма сайта
  - в) меню сайта
  - г) форма обратной связи
61. Специальная выделенная страница на сервере, содержащая полную структуру сайта ...
- а) меню сайта
  - б) карта сайта
  - в) регистрационная форма сайта
  - г) форма обратной связи
62. Для очень больших сайтов со сложной структурой необходимо наличие...
- а) почтового сервера
  - б) большого количества носителей информации
  - в) поисковой машины
  - г) IP - адреса
63. В Интернете посетители предпочитают короткие, сжатые информационные сообщения. Этот метод называется
- а) реферированием
  - б) форматированием
  - в) редактированием
  - г) контактируемым
64. Самым эффективным по соотношению с затратами из всех возможных является способ
- а) содержания, создаваемого владельцами сайта
  - б) содержания, создаваемого программистами сайта
  - в) содержания, создаваемого посетителями сайта
  - г) размещения рекламы на сайте
65. К инструментам работы с аудиторией относятся ...
- а) наличие поисковой машины и меню сайта
  - б) наличие Web сайта
  - в) наличие Интернет провайдера
66. Интернет-банкинг это
- а) услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках через Интернет
  - б) предоставление банковских услуг через Интернет
  - в) предоставление услуг страхования через Интернет
  - г) предоставление дополнительных услуг через Интернет
67. Виртуальный, или электронный, брокер...
- а) брокер, предоставляющий свои услуги по телефону
  - б) брокер, предоставляющий свои услуги по почте
  - в) брокер, предоставляющий свои услуги через Интернет
  - г) брокер, предоставляющий свои услуги по электронной почте
68. Электронные коммуникационные сети (ECN) это...
- а) электронные торговые площадки, в которых реализованы основные функции классической биржи
  - б) электронные аукционы
  - в) электронные магазины

- г) электронные коммуникационные площадки для проведения конференций
69. Система прямого доступа предполагает...
- а) автоматический вывод ордера на рынок ценных бумаг
  - б) полуавтоматический вывод ордера на рынок ценных бумаг
  - в) дает возможность клиенту самостоятельно управлять размещением своего ордера
  - г) дает возможность клиенту наблюдать за размещением своего ордера специалистом
70. К преимуществам систем прямого доступа относятся...
- а) круглосуточная торговля
  - б) необходимость установки специального программного обеспечения
  - в) исполнение ордера за доли секунды
  - г) повышение требований к качеству каналов связи

**Критерии оценки знаний студентов при выполнении тестового задания**

5 баллов: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 80 до 100%;

3 балла: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 40 до 79%;

1 балл: выставляется, если правильно выполнено тестовых заданий от 10 до 39%;

Преподаватель КБУ,



к.т.н., доцент

Р.Н. Фролов



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л

## Кейс-задание

### по дисциплине «Управление электронным бизнесом»

В основе метода лежит коллективное решение обучающимися проблемной задачи. Она может требовать нахождения конкретного решения или определения совокупности действий, которые приведут к выходу из критической ситуации. Такие задачи, в отличие от традиционных учебных задач, будучи построены на реальном материале, могут не иметь однозначного решения, и могут содержать избыточную информацию или ее недостаток, то есть несут проблемный характер.

#### 1. Цель:

- формирование навыков принятия оптимального решения через решение задач построенных на реальных материалах;
- развитие коммуникативных качеств, стимулирование деятельностных мотивов, совершенствование способов поведения;
- формирование у учащихся целостного представления о взаимосвязи теории с практикой.
- совершенствование информационной культуры;
- углубление теоретических знаний, полученных в ходе занятий и самостоятельной подготовки.

Форма проведения – самостоятельная работа, практическое занятие

#### 2. Этапы реализации анализа ситуационной задачи

Подготовительный этап: студентам выдается задание: изучить сайты торговых организаций, рассмотреть диалоговые формы, форма опроса клиентов, предоставить данные к занятию.

*Основной этап:* группа разбивается на команды. Преподаватель предлагает решить следующую задачу:

***Кейс-стади 1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции.***

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.

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия:

- зайти на сайт Администратора национального домена страны (например, для РФ - это Координационный центр национального домена сети Интернет, на котором представлен список аккредитованных регистраторов РФ);
- собрать краткую историческую справку по национальному домену: в каком году выделен, кто выступил инициатором, какой организации делегировано право управлять зоной национального домена, подробно описать правила регистрации доменных имен в национальной зоне (регистрация открыта резидентам или нерезидентам, разрешены

двухуровневые или трехуровневые доменные имена, домены общего пользования второго уровня);

- провести сравнительный анализ аккредитованных регистраторов: количество, право можно купить или оно выдается, стоимость регистрации доменного имени на один год;
- оценить следующие детерминанты развития национальной зоны Интернета страны в динамике за три последних года: количество жителей страны, количество пользователей, уровень проникновения Интернета в стране, количество зарегистрированных доменных имен в разрезе типов доменов;
- сформулировать ключевые тенденции развития национальной зоны Интернета страны (краткий обзор распределение предпочтений по регистрации доменных имен в разрезе доменов gTLD, ccTLD и IDN на основе анализа статей).

### ***Кейс-стади 2. Принципы размещения предприятий общественного питания различных типов в сети Интернет.***

Изучить технико-экономическое обоснование проекта и разработать рекомендации по размещению общедоступных предприятий общественного питания в сети Интернет.

Изучить особенности Интернет-сайтов предприятий общественного питания, предприятий общественного питания при производственных предприятиях, административных учреждениях, учебных заведениях, при зрелищных предприятиях и спортивных сооружениях, при домах отдыха, санаториях, пансионатах, детских лагерях и др.

Разработать проект Интернет-сайта предприятия общественного питания. Провести технико-экономическое обоснование проекта.

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.

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

- сравнительная характеристика содержания адресов IP.v.4 и IP.v.6;
- историческая справка по тестированию IP.v.6;
- рейтинг и ТОП стран (регионов) по выделению IP.v.6 на настоящий момент.

### ***Кейс-стади 3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.***

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.

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

- справка по выделению доменов IDN: история выделения доменов, общее количество доменов, управляющая организация (выделяющая и разрабатывающая правила регистрации);
- правила регистрации доменных имен в разрезе стран;
- рейтинг и ТОП-10 зарегистрированных имен в разрезе стран.

### ***Кейс-стади 4. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий общественного питания (ресторанов).***

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.

Анализируются российские виртуальные организации, работающие в сфере общественного питания на рынке категории B2C

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- через поисковую систему выйти на 10-12 виртуальных магазинов определенной специализации;
- сформулировать отличия ассортимента виртуальных магазинов от ассортимента традиционных торговых предприятий;

- провести анализ уровня цен и идентифицировать ориентацию магазина на определенный сегмент потребителей;
- сформулировать выводы по преобладающим формам оплаты, по условиям доставки и используемым электронным платежным системам;
- идентифицировать (определить) используемую модель комплекса маркетинга и модель электронной коммерции.

### **Кейс-стади 5. Разработать веб-сайт предприятия общественного питания (ресторана)**

Составить схемы реализации всех основных бизнес – процессов разрабатываемого предприятия. Дидактическая единица: позиционирование предприятия и формализация бизнес – процессов, логистика. Производство. Продажи. Прием и обслуживание Маркетинг, обеспечение операционной деятельности.

Обосновать выбор расчетных показателей, характеризующих протекание основных бизнес – процессов и создать систему оценки их эффективности. Принятые решения обосновываются в процессе защиты отчета по созданию веб-сайта.

### **Кейс-стади 6. Создать формы на сайте ресторана для следующей ситуации.**

Вы работаете в компании, которая хочет узнать, как обстоят дела с их новым продуктом. Для этого вы создаете форму-опрос, где присутствуют разные стандартные поля типа: имя, фамилия, возможность выбрать («флажки») нравится продукт клиенту или нет и т.д. Но есть небольшая проблема. Вы размещаете шесть чуть видоизмененных вариантов формы на шести разных сайтах фирм, которые распространяют ваш новый продукт. И вам нужно знать, что и откуда пришло?

### **Кейс-стади 7. Торговые системы в Интернете**

Обратились основатели кафе с желанием увеличить посещаемость заведения. Один из лучших инструментов продвижения в Интернете для заведений являются социальные сети, которые приводят новых посетителей, прогревают текущую аудиторию, вовлекают в участие в мероприятиях. В этом кейсе необходимо выяснить как собрать аудиторию, выявить конкурентов и сделать свое заведение одним из известных в городе.

На момент обращения у кафе нет сайта, есть только первая страница в социальных сетях. Необходимо собрать информацию по контенту и информацию, которая будет размещена в группе.

Необходимо оформить каждую страницу, чтобы новые пользователи могли быстро понять основные преимущества кафе и найти необходимую информацию:

- На обложку сообщества добавить фотографии, передающую атмосферу кафе;
- Добавить описание, перечисляющее отличительные черты и преимущества кафе;
- Добавить контактную информацию и адрес кафе;
- Создать отдельный альбом кафе (одно из главных преимуществ кафе), создать альбом с фотографиями гостей, чтобы пользователи видели посещаемость кафе;
- Создать электронное меню.

*Оценочный этап:* представитель каждой команды оглашает свое решение; проходит групповое обсуждение представленных решений и определяется лучший ответ, преподаватель объявляет оценки результатов работы.

**Кейс-стади 8.** 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 ресторане, кафе...». 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.

**Кейс-стади 9.** Задание выдается 5-6 студентам. Провести исследование представленности ресторанов г. Краснодара в YouTube, которые занимают высокие позиции в рейтингах.

Предлагается сформулировать совокупность качественных и количественных характеристик, по которым в табличной форме оценить представленность ресторана в YouTube. Выявить достоинства и недостатки каналов и разработать рекомендации по совершенствованию канала в YouTube.

Результаты оформить в виде презентации и представить на практическом занятии.

#### **Критерии оценки:**

**«отлично»**(0,48 балла) - выставляется студенту, обнаружившему системные, глубокие знания программного материала, необходимые для решения ситуационных задач, владеющему научным языком, осуществляющему изложение программного материала на различных уровнях его представления, умеющий использовать представленную информацию при решении поставленной проблемы, проводить анализ и оценку финансовых операций;

**«хорошо»** (0,3 балла)- выставляется студенту, обнаружившему системные, глубокие знания программного материала, необходимые для решения ситуационных задач, умеющий использовать представленную информацию при решении поставленной проблемы, проводить анализ и оценку финансовых операций, но имеющий затруднение с аргументированным ответом;

**«удовлетворительно»** (0,2 балла)- выставляется студенту, обнаруживший достаточный уровень знаний основного программного материала, но допустивший погрешности при решении ситуационной задачи, а также при ее изложении;

**«неудовлетворительно»** (0 баллов)- выставляется студенту, допустившему при решении ситуационной задачи множественные ошибки принципиального характера.

Преподаватель КБУ,  
к.т.н., доцент



Р.Н. Фролов



Образец оформления групповых и (или) индивидуальных творческих заданий (проектов)



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л

**Темы групповых и (или) индивидуальных творческих заданий презентаций (проектов)**

**Темы рефератов**

Номер варианта соответствует номеру по списку в журнале преподавателя.

1. Создание электронного магазина по продаже выпечки.
2. Разработка электронного магазина по реализации продуктов питания.
3. Разработка электронного магазина по реализации мясных изделий.
4. Создание электронного магазина по продаже кондитерских изделий.
5. Разработка электронного магазина по реализации еды быстрого приготовления.
6. Разработка электронного магазина по реализации хлебобулочных изделий.
7. Создание электронного магазина по продаже диетических продуктов.
8. Разработка электронной витрины кафе.
9. Создание электронного магазина столовая.
10. Разработка электронного магазина по оказанию услуг организации фуршетов.
11. Бизнес-модели и аутсорсинг ресторанной деятельности в электронной коммерции
12. Определение целевой аудитории электронного бизнеса и его форматирование. Конкурентная борьба за своего потребителя
13. Формирование и оцифровка ассортиментной матрицы. Работа с поставщиками
14. Виртуальный образ электронного проекта
15. Брендинг и продвижение электронного бизнеса ресторана
16. Правовое обеспечение электронного бизнеса в организациях общественного питания
17. Управление логистикой электронного бизнеса
18. Платёжные системы в электронном бизнесе
19. Финансовая стратегия и учёт в электронном бизнесе
20. Обеспечение качественного сервиса клиентам
21. Безопасность и снижение потерь в электронном бизнесе
22. Управление рабочей командой ресторана при выходе в электронный бизнес
23. Оценка эффективности электронного бизнеса для организаций общественного питания.

**Приложение 5**  
**Комплект заданий для выполнения контрольной работы**



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й      Ф И Л И А Л

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы  
по дисциплине «Управление электронным бизнесом»**

**Контрольная работа №1 по теме 4. Методика расчета стоимости межсоединений для оптимизации деятельности ресторанного дела**

**Вариант №1**

1. Рассчитать оценку экономической эффективности работы сайта ресторана, если известно следующее:

- реализация проекта выполнялась в течение 2 лет;
- единовременные затраты на реализацию проекта составили: 200 000 руб.;
- эксплуатационные затраты на реализацию проекта составили: в первый год – 90 000 руб., во второй год 85 000 руб.;
- доходы, полученные в результате реализации проекта составили: в первый год – 1 500 000 руб., во второй год 2 000 000 руб.

2. Рассчитать экономическую эффективность Интернет рекламы сети ресторанов, если известно следующее:

- месячное число хостов (уникальных IP) сайта составили 23 523;
- из них по рекламной ссылке перешли 3,28%;
- число хитов равно 123 406.

**Вариант №2.**

2. Рассчитать оценку экономической эффективности работы сайта ресторана, если известно следующее:

- реализация проекта выполнялась в течение 2 лет;
- единовременные затраты на реализацию проекта составили: 340 000 руб.;
- эксплуатационные затраты на реализацию проекта составили: в первый год – 190 000 руб., во второй год 200 000 руб.;
- доходы, полученные в результате реализации проекта составили: в первый год – 2 500 000 руб., во второй год 4 000 000 руб.

3. Рассчитать экономическую эффективность Интернет рекламы сети ресторанов, если известно следующее:

- месячное число хостов (уникальных IP) сайта составили 14 846;
- из них по рекламной ссылке перешли 5,46%;
- число хитов равно 149 735.

**Критерии оценки контрольной работы**

«отлично» (2 балла) – два задания выполнены правильно

«хорошо» (1 балл) – одно задание выполнено правильно

«удовлетворительно» (0,5 баллов) оба задания выполнены частично

«неудовлетворительно» (0 баллов) - два задания не выполнены

## **Контрольная работа № 2 по теме 7. Торговые системы в Интернет для продвижения товаров и услуг ресторанов**

Разработать и представить на проверку стартовую страницу гипотетической информационной системы (интернет-кафе, ресторана), реализованную как Web интерфейс, который содержит следующие обязательные элементы:

- иконы, символы, знаки;
- многооконный режим;
- всплывающие подсказки;
- диалоговые окна;
- проверка правописания.

Теги HTML для верстки Web-документа

### **Критерии оценки контрольной работы №2**

«отлично» (2 балла) - Web интерфейс содержит 5 заданных элементов;

«хорошо» (1 балл) – Web интерфейс содержит 3 заданных элемента;

«удовлетворительно» (0,5 баллов) – Web интерфейс содержит 1-2 заданных элемента;

«неудовлетворительно» (0 баллов) - задание не выполнено.

Преподаватель КБУ,  
к.т.н., доцент



Р.Н. Фролов



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й      Ф И Л И А Л

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы  
студентами заочной формы обучения  
по дисциплине «Управление электронным бизнесом»**

Контрольная работа предусматривает выполнение двух заданий:

**Задание 1:** Два теоретических вопроса по дисциплине «Основы сетевой экономики».

Необходим письменный ответ на поставленные вопросы. Оформление ответа производится в текстовом процессоре Word, стиль оформления – "Современный отчет".

**Задание 2.** Установка и настройка сайта Интернет -кафе.

Рекомендуется следующая структура контрольной работы:

- 1) Титульный лист.
- 2) Оглавление.
- 3) Задание 1.
- 4) Задание 2.
- 5) Список использованной литературы.

Пояснительная записка, распечатка страниц, полученных в результате работы с операционной системой при выполнении задания 2, подшиваются в работу.

Варианты контрольных работ студент выбирает по последней цифре номера зачетной книжки студента.

Контрольная работа представляется на проверку в скоросшивателе.

Примерные варианты вопросов теоретической части контрольной работы

*Вариант 1.*

Вопрос 1. Рынок информационных услуг.

Вопрос 2. Стратегия ценообразования на рынке электронного бизнеса.

*Вариант 2.*

Вопрос 1. Информация в Интернет экономике

Вопрос 2. Внешние факторы ценообразования в сетевой экономике.

*Вариант 3.*

Вопрос 1. Характеристики информации в сетевой экономике.

Вопрос 2. Категории электронной коммерции.

*Вариант 4.*

Вопрос 1. Сетевая модель OSI.

Вопрос 2. Бизнес модели сайтов.

*Вариант 5.*

Вопрос 1. Межсетевой протокол IP. IP адреса, их классификация.

Вопрос 2. Интернет аукционы

*Вариант 6.*

Вопрос 1. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность.

Вопрос 2. Этапы создания Web – сайта.

*Вариант 7.*

Вопрос 1. Услуги, предоставляемые сетью Интернет.

Вопрос 2. Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей на сайте

*Вариант 8.*

Вопрос 1. Базовые технологии Интернет.

Вопрос 2. Платежная система WebMoney.

*Вариант 9.*

Вопрос 1. Разделение сетей по уровню интеграции.

Вопрос 2. Технология ADSL

*Вариант 10.*

Вопрос 1. Сетевая экономика в России.

Вопрос 2. Платежная система Yandex-деньги.

### Примерное задание практической части контрольной работы

Варианты практического задания.

Вариант 1

Булочная.

Вариант 2.

Кафе «Еда быстро и вкусно».

Вариант 3.

Ресторан быстрого питания.

Вариант 4.

Пиццерия.

Вариант 5.

Кафе «Кофе с собой».

Вариант 6.

Сеть ресторанов с доставкой

Вариант 7.

Кулинария.

Вариант 8.

Ресторан «Еда мира»

Вариант 9.

Ресторан «Суши и морепродукты»

Вариант 10.

Кафе «Пицца и суши».

#### *Практическое задание*

1. Написать концепцию сайта по плану:

1.1. Общее описание сайта.

1.2. Цели и задачи сайта.

1.3. Структура и контент сайта

1.4. Список функциональных модулей сайта

2. Составить информацию о магазине, компании, правилах предоставления услуг.

3. Составить информацию о доставке и оплате товаров.

(при контенте сайта необходимо использовать свой вариант).

4. Составить таблицу товаров. Таблица должна содержать не менее 10 категорий, в каждой по пять подкатегорий. В каждой подкатегории не менее пяти товаров. К 50% товаров изображение 100x80, 200x160 и 500x400 пикселей. Изображения к категориям 80x40.

(Сохраняйте все изображения в специально созданные папки для дальнейшего их размещения в Интернет-магазине).

№	Категория и подкатегория товаров	Описание категории	Наименование товара	Описание товара	Цена	Изображение 100x80

5. Установите веб-сайт на компьютере из zip-архива (используйте руководство по установке. При установке отмените добавление демонстрационных товаров.
6. Внесите информацию о предметной области, условиях доставки и оплаты.
7. Используя таблицу внесите информацию о товарах и услугах на сайт.

## 2. Порядок определения вариантов заданий контрольной работы.

Варианты выбираются по последней цифре номера зачетной книжки студента:

Последняя цифра номера зач. кн.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
№ варианта	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

### Критерии оценки:

«зачтено» - выставляется студенту, если задание выполнено правильно и в полном объеме;  
«не зачтено» - выставляется студенту, если теоретическое задание выполнено не правильно и не в полном объеме.

Преподаватель КБУ,  
к.т.н., доцент



Р.Н. Фролов



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

**Вопросы для подготовки к зачету  
по дисциплине «Управление электронным бизнесом»  
для студентов**

**направления подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного  
питания»  
направленность (профиль) «Технология и организация ресторанного дела»,  
на 2020-2021 уч. год**

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету
1.	Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства
2.	Понятие сетевой экономики. Разделение сетей по уровню интеграции.
3.	Принципы функционирования и развития сетевой экономики
4.	Потребности общества в услугах информационного характера.
5.	Классификация продукции в Интернет экономике
6.	Информация в Интернет экономике. Определение объемов информации. Характеристики информации
7.	Информационные правоотношения в Интернет экономике. Классификация информационных ресурсов для ресторанного дела
8.	Рынок информационных услуг. Сектора информационного рынка
9.	Рынок интерактивных информационных услуг.
10.	Структура информационного рынка
11.	Информационные посредники и конечные пользователи.
12.	Новые виды информационных технологий
13.	Современные информационные технологии. Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет
14.	Межсоединение. Уровни взаимодействия между компьютерами в Интернет. Межсетевой протокол IP.
15.	IP адреса, их классификация. Пример подключения локальной сети организации к Интернет
16.	Методика расчета стоимости межсоединений
17.	Виды цен на информационном рынке.
18.	Расчет цены информационного продукта
19.	Обобщенная схема товародвижения информационных продуктов и действующих видов цен
20.	Основные этапы ценообразования. Необходимые условия рыночного ценообразования
21.	Принципы установления цены на информационном рынке. Внешние факторы ценообразования
22.	Внутренние факторы ценообразования. Цели и методы ценообразования
23.	Стратегия ценообразования. Ценовая тактика и страхование цен
24.	Политика распределения. Канал сбыта. Эффективность. Преимущества и недостатки
25.	Категории электронной коммерции. Сфера применения электронной коммерции. Новые элементы в современном бизнесе
26.	Интернет - магазины. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет - магазинов
27.	Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет - магазинов
28.	Характеристики программного обеспечения Интернет - магазинов. Способы оплаты товара. Способы доставки товара
29.	Аукцион. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах
30.	Виды торговых площадок. Выгоды и риски участников рынка.

31.	Бизнес - модели торговых площадок организаций общественного питания
32.	Структура торговой площадки. Компоненты, реализация которых важна для всех типов площадок
33.	Методы обеспечения безопасности. Шифрование.
34.	Цифровая подпись
35.	Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей
36.	Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.
37.	Дебетовые системы. Электронные чеки.
38.	Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег
39.	Интернет – банкинг. Преимущества и недостатки Интернет – банкинга
40.	Интернет – трейдинг. Электронный брокер
41.	Системы прямого доступа. Их преимущества и недостатки.
42.	Интернет страхование и организация общественного питания в сети Интернет
43.	Бизнес модели сайтов. Финансирование Интернет-сайтов для ресторанного дела
44.	Этапы создания Web – сайта.
45.	Исполнители проекта. Выбор поставщика услуг.
46.	Выбор места размещения Web – сервера
47.	Доменное имя. Процедура регистрации доменного имени.
48.	Принципы первоначального привлечения посетителей на сайт
49.	Принципы удержания посетителей Web – сайтов.
50.	Организация обратной связи с аудиторией Web – сервера
51.	Методы идентификации пользователей.
52.	Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей
53.	Счетчики, устанавливаемые на Web - сайт
54.	Оценка экономической эффективности работы сайта
55.	Характер рекламной кампании фирмы в Интернете.
56.	Преимущества рекламы в Интернете
57.	Разновидности рекламы в Интернете. Баннерная реклама.
58.	Поисковые системы и каталоги в Интернете. E-mail реклама.
59.	Списки рассылки и дискуссионные листы. Эффективность рекламы в Интернете.
60.	Электронные платежные системы. Эмитенты и эквайеры
61.	Процессинговый центр
62.	Платежная система. Кредитные и дебетовые платежные системы
63.	Микропроцессорные и пластиковые карты
64.	Виды пластиковых карт. Смарт-карты
65.	Соотношение «стоимость/эффективность». POS-терминалы.
66.	Эволюция платежных систем. Электронные наличные. Принципы построения платежных систем на микропроцессорных картах
67.	Технологические основы и технические средства создания платежных систем. Организация оплаты с использованием кредитной карты.
68.	Эффективность организации платежных систем на базе пластиковых карт
69.	Платежные системы с предварительной авторизацией
70.	Платежные системы для микроплатежей. Перспективы электронных платежных систем
71.	Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе.
72.	Динамика экономических показателей в сфере электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера
73.	Методы повышения конкурентоспособности в электронном бизнесе
74.	Электронное управление закупками.
75.	Виртуальные предприятия и объединения
76.	Изменение информационной инфраструктуры субъектов экономической деятельности общественного питания

### Практические задания к зачету

1.	<p>Войдите на сайт <a href="https://www.quay.com.au/">https://www.quay.com.au/</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> </ul>
----	---



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
2.	<p>Войдите на сайт <a href="http://drurybuildings.com/">http://drurybuildings.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
3.	<p>Оценка окупаемости и доходности Web-сайта</p> <p>Предположим, что ресторан предполагает реализовать проект в сети Интернет. Известно, что только 3% посетителей станут покупателями товаров в нем.</p> <p>Определите, при известных цене товара (\$5) и числе посетителей (1000 чел.) возможный доход от реализации товара через Интернет-?</p>
4.	<p>Анализ сайтов типа Интернет-магазин (кафе ) по следующим параметрам:</p> <p><a href="http://shizuku.com.au/">http://shizuku.com.au/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и целевая аудитория сайта, соответствие содержания возможной цели;</li> <li>- оцените удобство навигации по сайту,</li> <li>- соответствие дизайна содержанию,</li> <li>- удобство оформления заказа.</li> </ul>
5.	Создайте модель Web-сайта ресторан с помощью одного из конструкторов
6.	Найти Интернет сайты электронных предприятий (ресторанов, кафе) (по заданной сфере товаров и услуг) и идентификация их деятельности
7.	Составьте ассоциативный ряд поисковых запросов для веб-сайта, занимающегося продажей кулинарных изделий в Краснодаре. У магазина есть оффлайн-магазин.
8.	Проведение исследований, необходимых для разработки маркетинговой стратегии ресторана, входящего на электронный рынок и оценки бизнес-плана
9.	Разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия (например, кафе, ресторан, столовая).
10.	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта Интернет-предприятия.
11.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.ilbucoristorante.it/">http://www.ilbucoristorante.it/</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
12.	<p>Войдите на сайт <a href="https://www.tripadvisor.ru/">https://www.tripadvisor.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
13.	<p>Войдите на сайт <a href="https://www.afisha.ru/krasnodar/restaurants/">https://www.afisha.ru/krasnodar/restaurants/</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>• 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> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
14.	«Исследование структуры и перечня услуг, представленных на сайте фронт-офиса ресторана по типу «Интернет-магазин» (исследование по следующим направлениям: посещаемость сайта, место в рейтингах, индекс цитирования, оценка посетителей; внешнее оформление, навигация, содержание, структура; наличие дополнительных сервисов; условия оплаты, условия доставки товаров, формы оформления заказа и др.)»
15.	Сравнительная характеристика основных способов оплаты товаров и услуг в электронной коммерции» (характеристика способов оплаты, используемых в электронной коммерции: оплата наличными, кредитными картами, Интернет-банкинг, с использованием платежных систем, телебанкинг или платежи с использованием war-технологии; сравнительная характеристика платежных систем: Assist, PayCash, CyberPlat, WebMoney
16.	Исследование электронных торговых площадок типа B2B» (сравнительный анализ электронных торговых площадок типа B2B; примеры реализации)
17.	Сформулируйте бизнес-идею по созданию Интернет-бизнеса в сфере B2C (кафе) - дайте обоснование бизнес-идеи, в частности определите модель получения доходов при реализации вашей бизнес-идеи; - разработайте структуру Интернет-бизнеса, опишите все элементы, составляющие структуру Интернет-бизнеса; составьте организационный план реализации бизнес-идеи (определите поэтапно виды работ, необходимые для реализации бизнес-идеи); составьте техническое задание по реализации бизнес-идеи; рассчитайте примерные затраты по реализации бизнес-идеи
18.	Сформулируйте бизнес-идею по созданию Интернет-бизнеса в сфере C2C , сфера общественное питание, дайте обоснование бизнес-идеи, в частности определите модель получения доходов при реализации вашей бизнес-идеи; разработайте структуру Интернет-бизнеса, опишите все элементы, составляющие структуру Интернет-бизнеса; составьте организационный план реализации бизнес-идеи (определите поэтапно виды работ, необходимые для реализации бизнес-идеи); составьте техническое задание по реализации бизнес-идеи; - рассчитайте примерные затраты по реализации вашей бизнес-идеи
19.	Сформулируйте бизнес-идею по созданию Интернет-бизнеса в сфере B2B (кафе) - дайте обоснование бизнес-идеи, в частности определите модель получения доходов при реализации вашей бизнес-идеи; разработайте структуру Интернет-бизнеса, опишите все элементы, составляющие структуру Интернет-бизнеса; составьте организационный план реализации бизнес-идеи (определите поэтапно виды работ, необходимые для реализации бизнес-идеи); составьте техническое задание по реализации бизнес-идеи; рассчитайте примерные затраты по реализации вашей бизнес-идеи;
20.	Организация работы электронных торговых площадок системы B2B для ресторанов. Создать модель Интернет-витрины ресторана
21.	<p>Войдите на сайт <a href="https://ugosti.com/stan">https://ugosti.com/stan</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
22.	<p>Войдите на сайт <a href="https://ugosti.com/troy_cafe">https://ugosti.com/troy_cafe</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
23.	<p>Войдите на сайт <a href="https://ugosti.com/fishka">https://ugosti.com/fishka</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
24.	<p>Войдите на сайт <a href="https://eda.yandex/">https://eda.yandex/</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
25.	<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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
26.	<p>Войдите на сайт <a href="http://zakazrf.ru/">http://zakazrf.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
27.	<p>Войдите на сайт <a href="https://faitid.org/">https://faitid.org/</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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
28.	<p>Войдите на сайт <a href="https://etpgpb.ru/">https://etpgpb.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
29.	<p>Войдите на сайт <a href="https://mega64.ru/">https://mega64.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
30.	<p>Войдите на сайт <a href="https://leboard.ru/">https://leboard.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
31.	<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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
32.	<p>Войдите на сайт <a href="http://fandeco.ru/">http://fandeco.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
33.	<p>Войдите на сайт <a href="https://www.bizon32.ru/">https://www.bizon32.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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
34.	<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> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul>
35.	<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> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
36.	<p>Войдите на сайт <a href="https://oborudka.ru/">https://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>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
37.	<p>Войдите на сайт <a href="https://lazurit-mebel.ru/">https://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> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>

Преподаватель КБУ,



к.т.н., доцент

Р.Н. Фролов

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа, протокол от 18.03.2020 № 8

Заведующий кафедрой  Н.В. Лактионова

2. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа, протокол № 6 от 10.01.2022г.

Заведующий кафедрой  Н.В. Лактионова