

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 20.03.2025 10:25:05

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c511cc186a6a5a1f10d0e194

Приложение 6

к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»

направленность (профиль) программы «Экономика и управление на
предприятии (организации)»

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

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине: «Управление электронным бизнесом»

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы

**Экономика и управление на предприятии
(организации)**

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Год начала подготовки 2023

Краснодар – 2022 г.

Составитель:

к.п.н, доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа В.В. Салий

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа протокол №6 от 10.01.2022 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине: «Управление электронным бизнесом»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции
Индикаторы достижения компетенций
Результаты обучения (знания, умения)
Наименование контролируемых разделов и тем

ПК-3. Анализ, обоснование и выбор решения

ПК-3.3 Оценка эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью

ПК-3.3. 3-1. **Знает** информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа

Тема 1. Интернет-экономика как инфраструктура современного информационного общества

Тема 2. Виды и модели электронного бизнеса

Индикаторы достижения

Тема 3. Электронный маркетинг и электронная реклама и их роль для предприятий

Тема 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса

ПК-3.3. У-1. **Умеет** применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа.

ПК-3.3. У-2. **Умеет** Проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев

ПК-4. Определение направлений развития организации

ПК-4.3 Выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации

ПК-4.3. 3-1. **Знает** сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа

ПК-4.3. У-1. **Умеет** представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами

ПК-4.3. У-2. **Умеет** применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа

ПК-4.3. У-3. **Умеет** анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Темы для проведения групповой дискуссии

Индикаторы достижения: ПК-3.3, ПК-4.3

Тема 1. Интернет-экономика как инфраструктура современного информационного общества

1. Основные понятия сетевой экономики.
2. Возникновение сетевой экономики.
3. Последствия создания сетевого экономического пространства в деятельности.
4. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность.
5. Применение Интернет-технологий во внутреннем информационном пространстве.
6. Разделение сетей по уровню интеграции.
7. Принципы функционирования и развития сетевой экономики
8. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность.
9. Электронный бизнес и его основные компоненты в продвижении товаров и услуг

Тема 2. Виды и модели электронного бизнеса

1. Интернет – магазины, как разновидность продвижения товаров и услуг ресторанного дела.
2. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет – магазинов.
3. Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином.
4. Виды торговых систем Интернет – магазинов.
5. Обслуживание покупателей.
6. Программное обеспечение Интернет – магазинов.
7. Способы оплаты товаров в онлайн.
8. Способы доставки товара через онлайн сети.
9. Интернет-аукционы. Типы аукционов.
10. Схема работы аукциона.
11. Товары, продаваемые на аукционах.
12. Торговые площадки.
13. Выгоды и риски участников онлайн-рынка.
14. Бизнес – модели торговых площадок.
15. Структура торговой площадки

Тема 3. Электронный маркетинг и электронная реклама и их роль для предприятий

1. Интернет-технологии
2. Классификация продукции в электронном бизнесе.
3. Информация в электронном бизнесе.
4. Определение объемов информации.
5. Характеристики информации.
6. Информационные правоотношения в электронном бизнесе на рынке
7. Классификация информационных ресурсов для представления их в Интернет.
8. Рынок информационных услуг.
9. Сектора информационного рынка.
10. Сектора Российского информационного рынка.

11. Рынок интерактивных информационных услуг, применяемых для продвижения индустрии питания.
12. Информационные посредники и конечные пользователи.
13. Современные информационные технологии и программные средства для создания веб-сайтов.
14. Базовые технологии Интернет.
15. Услуги, предоставляемые сетью Интернет в рамках электронного бизнеса.
16. Новые виды информационных технологий

Тема 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса

1. Категории электронного бизнеса и его особенности в индустрии питания.
2. Сфера применения электронной коммерции в организации и продвижении товаров и услуг.
3. Новые элементы в современном бизнесе.
4. Цифровая подпись.
5. Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей.
6. Схема взаимодействия участников платежей по стандарту SET.
7. Классификация платежных систем.
8. Кредитные системы.
9. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.
10. Дебетовые системы.
11. Электронные деньги.
12. Общая схема платежа с помощью электронных денег

Критерии оценки (в баллах):

20 баллов выставляется обучающемуся, если он демонстрирует высокий уровень владения материалом по всем темам дискуссий, превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения, высокий уровень этики ведения дискуссии. Уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;

15- баллов выставляется обучающемуся, если он демонстрирует владение материалом по всем темам дискуссий на уровне выше среднего, умение отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения, знание этики ведения дискуссии. Уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;

10 баллов выставляется обучающемуся, если он демонстрирует владение материалом по всем темам дискуссий не в полном объеме, умение задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения, знание этики ведения дискуссии. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню.

Задания для текущего контроля

Контрольная работа

Индикаторы достижения: ПК-3.3, ПК-4.3

По теме 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса

Задание 1

Вариант 1

1. Рассчитать оценку экономической эффективности работы сайта, 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, 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, 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, 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.

Задание 2

Торговые системы в Интернете

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

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

Перечень тем для индивидуального выполнения заданий

Для выполнения итогового задания студент должен разработать естественно-языковый интерфейс для одной из следующих гипотетических информационных систем.

Номер варианта соответствует номеру по списку в журнале преподавателя.

1. Информационная система «магазин по продаже цифрового оборудования»
2. Информационная система «работа с клиентами организации, производящей товары»
3. Информационная система «предприятие по реализации строительно-монтажных работ»
4. Информационная система «предприятие по оптовой продаже цифровой техники»
5. Информационная система «предприятие по оказанию клиринговых услуг населению»
6. Информационная система «фирма, по оказанию аналитических услуг в сфере ИТ»
7. Информационная система «предприятие по оказанию услуг в сфере цифровых коммуникаций»
8. Информационная система «кадровое агентство»
9. Информационная система «продажа авиабилетов»
10. Информационная система «финансовая аналитика»

11. Информационная система «работа с клиентами производственной организации»
12. Информационная система «работа с клиентами организации оптово-розничной торговли»
13. Информационная система «работа с клиентами в области услуг связи»
14. Информационная система «учет заказов покупателей»
15. Информационная система «работа с поставщиками»
16. Информационная система «книжный магазин»
17. Информационная система «магазин музыкальных товаров»
18. Информационная система «магазин молочной продукции»
19. Информационная система «туристического агентства»

Критерии оценки контрольной работы

«отлично» (5 баллов) – два задания выполнены правильно

«хорошо» (3 балла) – одно задание выполнено правильно

«удовлетворительно» (2 баллов) оба задания выполнены частично

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

Тестовые задания

Индикаторы достижения: ПК-3.3, ПК-4.3

1. Сетевая экономика может быть определена по формуле:
 - а) традиционная экономика = сетевая экономика + информационные ресурсы и технологии;
 - б) сетевая экономика = традиционная экономика + информационные ресурсы и технологии;
 - в) информационные ресурсы и технологии = традиционная экономика + сетевая экономика;
 - г) традиционная экономика = услуги сети Интернет + традиционная экономика.
2. К принципам развития и функционирования и развития сетевой экономики не относится
 - а) принцип полноты;
 - б) принцип обратного ценообразования;
 - в) принцип распределения;
 - г) принцип глобализации.
3. К информационным услугам в Интернет – экономике относят
 - а) вычислительную технику;
 - б) программное обеспечение;
 - в) коммуникационное оборудование;
 - г) обучение и консультации.
4. К компонентам WorldWideWeb не относится
 - а) CASE;
 - б) HTML;
 - в) CGI;
 - г) URL.
5. Физический уровень
 - а) гарантирует доставку пакетов;
 - б) представляет собой сетевой протокол IP;
 - в) обеспечивает обслуживание прикладных программ;
 - г) описывает ту или иную среду передачи данных.

6. Технология ADSL это

- а) непосредственное коммутируемое соединение с провайдером по телефонным сетям через Интернет;
- б) протокол передачи данных;
- в) асимметричная цифровая абонентская линия;
- г) протокол передачи данных.

7. К внешним факторам ценообразования можно отнести

- а) потребителей и рыночную среду;
- б) потребительские свойства товара;
- в) полезность товара;
- г) замещаемость товара.

8. Параметрический метод ценообразования основан на

- а) оценке затрат производителя (продавца);
- б) базируется на задаваемой величине прибыли;
- в) основан на формировании цены на базе оценки и соотношения качественных параметров сетевых продуктов;
- г) применяется для продукции и услуг, агрегируемых из уже существующих модулей, элементов, видов услуг

9. EDI это

- а) сетевой протокол передачи данных;
- б) наборы правил электронного оформления типовых деловых документов;
- в) стандарт безопасности;
- г) протокол передачи данных.

10. Категория электронной коммерции B2B включает в себя

- а) все уровни взаимодействия между компаниями;
- б) электронную розничную торговлю;
- в) взаимодействие государственных структур и потребителей;
- г) взаимодействие потребителей для обмена коммерческой информацией.

11. Интернет – магазин относится к

- а) категории электронной коммерции B2B;
- б) категории электронной коммерции B2C;
- в) категории электронной коммерции C2C;
- г) категории электронной коммерции B2A.

12. Голландский аукцион представляет собой

- а) торги с повышением цены;
- б) торги с понижением цены;
- в) торги по фиксированной цене;
- г) закрытые торги.

13. Место, где заключаются сделки между продавцом и покупателем и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций это

- а) Интернет – магазин;
- б) торговая площадка;
- в) Интернет – аукцион;
- г) информационный портал.

14. Протокол SSL обеспечивает
- а) беспроводную передачу данных;
 - б) работу прикладных программ;
 - в) проведение расчетов между финансовыми, коммерческими организациями;
 - г) шифрование передаваемых через Интернет данных.
15. При выдаче пластиковой карты клиенту осуществляется ее
- а) авторизация;
 - б) персонализация;
 - в) аутентификация;
 - г) идентификация.
16. Кредитная организация, осуществляющая взаиморасчеты между участниками платежной системы по поручению процессингового центра это
- а) расчетный банк платежной системы;
 - б) банки-эквайеры;
 - в) банк-эмитент;
 - г) платежная система.
17. В общей схеме платежа с помощью электронных денег не участвует
- а) плательщик;
 - б) эмитент;
 - в) процессинговый центр;
 - г) получатель платежа.
18. Услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках через Интернет осуществляет
- а) Интернет – банкинг;
 - б) Интернет – страхование;
 - в) Интернет – трейдинг;
 - г) Интернет-площадка.
19. Проводить осуществление коммунальных платежей позволяет
- а) Интернет – банкинг;
 - б) Интернет – трейдинг;
 - в) Интернет – страхование;
 - г) Интернет площадка.
20. Оценка эффективности функционирования сайта является
- а) первым этапом построения сайта;
 - б) вторым этапом построения сайта;
 - в) третьим этапом построения сайта;
 - г) четвертым этапом построения сайта.
21. Реализация сайта является
- а) первым этапом построения сайта;
 - б) вторым этапом построения сайта;
 - в) третьим этапом построения сайта;
 - г) четвертым этапом построения сайта.
22. К принципам удержания посетителей Web – сайта относится
- а) размещение ссылок в Web- каталогах;
 - б) регистрация в тематических Web – серверах;

- в) информационное наполнение сайта ;
- г) регистрация сервера в поисковых системах.

23. Экономическая оценка эффективности функционирования корпоративного сайта может быть определена как отношение

- а) полных затрат на реализацию к полученному доходу;
- б) полученного дохода к полным затратам на реализацию;
- в) эксплуатационных затрат к единовременным;
- г) полученного дохода к эксплуатационным затратам.

24. Основной показатель эффективности Интернет-рекламы рассчитывается по формуле:

- а) $CTR = \{\text{число кликов}\} / \{\text{число показов}\}$;
- б) $CTR = \{\text{число показов}\} / \{\text{число кликов}\}$;
- в) $CTR = \{\text{число заинтересованных посетителей}\} / \{\text{общее число посетителей}\}$;
- г) $CTR = \{\text{общее число посетителей}\} / \{\text{число заинтересованных посетителей}\}$.

25. Для динамической рекламы CTR колеблется

- а) от 10% до 15%;
- б) от 15% до 30%;
- в) от 0,5% до 10%;
- г) 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 насущной 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 неsegmentированная 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 неsegmentированной аудитории
- в) постоянной, четко segmentированной или, напротив, максимально широкой аудитории
- г) максимально узкой и неsegmentированной 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 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

Критерии оценки (в баллах):

10 баллов выставляется обучающемуся, если он правильно ответил не менее 50 вопросов теста (компетенция сформирована на продвинутом уровне);

- 9 баллов** выставляется обучающемуся, если он правильно ответил не менее 45 вопросов теста (компетенция сформирована на продвинутом уровне);
- 8 баллов** выставляется обучающемуся, если он правильно ответил не менее 40 вопросов теста (компетенция сформирована на повышенном уровне);
- 7 баллов** выставляется обучающемуся, если он правильно ответил не менее 35 вопросов теста (компетенция сформирована на повышенном уровне);
- 6 баллов** выставляется обучающемуся, если он правильно ответил не менее 30 вопросов теста (компетенция сформирована на базовом уровне)

Типовые практические задания

Индикаторы достижения: ПК-3.3, ПК-4.3

Задание 1.

1. Ознакомьтесь с инструментами поиска информации поисковых систем www.google.ru, www.yandex.ru. Для этого изучите раздел *Помощь* на сайтах соответствующих поисковых систем.
2. Проведите сравнительный анализ результатов поиска информации ресурсов по электронной коммерции с помощью поисковых систем: www.google.ru, www.yandex.ru. Примерный вид запросов для поиска: e-commerce, электронная коммерция. В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам. Результаты анализа результатов поиска по разным поисковым системам и по запросам оформите в виде таблицы.
3. Выполните расширенный поиск ресурсов по электронной коммерции, ограничив дату подготовки документа – только за текущий год. Сравните результаты расширенного поиска в поисковых системах www.google.ru, www.yandex.ru. В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам. Результаты анализа результатов поиска оформите в виде таблицы.
4. Ознакомьтесь на сайтах тематических каталогов top100.rambler.ru, top.mail.ru, yandex.ru/sprav/main, с принципами работы каталогов. Составьте сравнительную таблицу, в которой отметьте параметры, по которым производится регистрация ресурса в каталогах.
5. Выполните поиск ресурсов по экономике и финансам в тематических каталогах top100.rambler.ru, top.mail.ru, yandex.ru/sprav/main, zabor.com, webplus.info, www.searchtoday.ru. Сравните результаты поиска. В отчет необходимо поместить информацию о том, сколько документов было найдено по ключевым словам.
6. Выполните поиск ресурсов о состоянии электронной коммерции в России с помощью системы метапоиска: dogpile.com, all4one.com, www.metacrawler.com, exactus.ru, www.metabot.ru. Сравните результаты поиска ресурсов по различным поисковым системам и каталога. Наиболее результативные (по количеству найденных документов) приведите в своем отчете.

Задание 2

1. Используя таблицу 1 с адресами Internet-ресурсов, укажите принадлежность каждого сайта к той или иной разновидности классификации по типу взаимодействия бизнес-субъектов электронной коммерции.
- В текстовом редакторе создайте таблицу, в которой отметьте принадлежность сайта путем размещения любого знака в соответствующей ячейке. Сохраните созданный документ в своей папке на диске под именем Классификация СЭК.doc.

Таблица-1

Классификация систем электронной коммерции

WWW-адрес	Классификация систем электронной коммерции			
	B2B	B2C	C2C	B2G, G2B, G2G
http://24au.ru/				
http://www.pulscen.ru				
http://www.gz-spb.ru				
http://foodruss.ru				
http://www.aptekaonline.ru				
http://bonusmall.ru/				
http://holodilnik.ru				
http://aucland.ru				
http://rossahar.ru/				
http://E96.ru				
http://stroytorgi.ru				
http://NGE.ru				
http://www.my-shop.ru				
http://vpolceny.ru				
http://eoil.ru				
http://price.ru				
https://www.ozon.ru/				
https://www.onlinetrade.ru/catalogue/tovary_dlya_doma-c279/				
https://kcentr.ru/howtobuy/				

Задание 3

1. В сети Интернет войдите на сайты систем B2C по адресам из таблицы 1 и определите их классификационную принадлежность. Результаты анализа представьте в виде таблицы 2 с помощью текстового редактора.

Таблица-2

Системы «бизнес-потребитель»

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

2. В сети Интернет войдите на сайты систем C2C по адресам из таблицы 1 и определите используемые на сайте виды аукционов. Результаты анализа представьте в виде таблицы 3 с помощью текстового редактора.

Таблица-3

Системы «потребитель-потребитель»

WWW-адрес	Вид аукциона						
	стандартный	голландский	обратный	двойной	янки	с фиксированной ценой	скандинавский

3. В сети Интернет войдите на сайты систем B2B по адресам из таблицы 1 и определите их организационную принадлежность и тип. Результаты анализа представьте в виде таблицы 4 с помощью текстового редактора.

Таблица-4

Системы «бизнес-бизнес»

WWW-адрес	Тип			Модель организации				Бизнес модель	
	независимая	частная	отраслевая	каталог	аукцион	биржа	сообщество	горизонтальная	вертикальная

Задание 4.

Создание макета сайта гостиницы

Цели работы:

1. Повторение материала о web-дизайне
2. Закрепление практических навыков работы с web-сайтами;
3. Формирование умений создавать макет сайта с помощью возможностей конструкторов сайтов.

Технология работы:

1. Подготовить и сохранить в отдельной папке «Сайт» материал для работы:

1. Логотип гостиницы

2. Фотографии гостиницы:

- 2-3 Фото здания (в графическом редакторе на изображении поместить полупрозрачный логотип гостиницы!)

- 5-6 Фото любого помещения гостиницы (в графическом редакторе на изображении поместить полупрозрачный логотип гостиницы!)

3. Фотографии сотрудников (в графическом редакторе на изображениях поместить полупрозрачный логотип гостиницы!):

- Директор
- Зам. Директора по работе с клиентами
- Зам. Директора по развитию персонала
- Администратор
- Горничная
- Горничная (либо любой другой обслуживающий персонал)

4. Карту с расположением гостиницы (Скопировать из интернета) (в графическом редакторе на изображении поместить полупрозрачный логотип гостиницы!)

5. Фотографии услуг гостиницы (room-service) (в графическом редакторе на изображениях поместить полупрозрачный логотип гостиницы!)

2. Открыть <https://www.wix.com>

3. Выполнить **регистрацию на сайте**

4. Выбрать категорию **Отели > Тип отеля** (соответственно варианту)

Критерии оценки (в баллах):

5 баллов выставляется обучающемуся, если он в полном объеме и правильно выполнил каждое задание (компетенция сформирована на продвинутом уровне);

4 балла выставляется обучающемуся, если он в полном объеме и с незначительными замечаниями выполнил каждое задание (компетенция сформирована на повышенном уровне);
3 балла выставляется обучающемуся, если он на базовом уровне, ошибками выполнил каждое задание (компетенция сформирована на базовом уровне).

Задания для творческого рейтинга

Тематика докладов

Индикаторы достижения: ПК-3.3, ПК-4.3

1. Предпосылки возникновения и распространения электронной коммерции
2. Внедрение системы электронного бизнеса
3. Роль электронного бизнеса в ресторанном бизнесе
4. Анализ российского сегмента участников электронного бизнеса.
5. Покупательские предпочтения пользователей сети интернет.
6. Использование показателя совокупной стоимости владения (TotalCostofOwnership, TCO) информационными системами при оценке альтернативных IT-проектов.
7. Моделирование и прогнозирование оборота на рынке электронного бизнеса
8. Динамика оборота и аудитории Интернета в 2000-2021 гг.
9. Прологарифмированная динамика оборота общественного питания и аудитории Интернета в 2000-2021 гг.
10. Коммуникативные характеристики Интернета в современном бизнесе
11. Управление взаимоотношениями с клиентами в сфере электронного бизнеса
12. Маркетинговая информационная система электронного бизнеса
13. Организация маркетинговых исследований в Интернете
14. Инструменты и средства проведения исследований в Интернете
15. Поиск информации в Интернете
16. Методы привлечения конечных пользователей на сайты.
17. Использование поисковых систем для продвижения продуктов и услуг экономического субъекта.
18. Сайты поддержки существующего бизнеса. Базы знаний по выпускаемой продукции.
19. Торговые системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Требования к безопасности транзакций. Решения по проведению платежей и доставке товаров.
20. Системы и способы расчетов в Интернет, механизмы оплаты и приема платежей. Платежные системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Обеспечение безопасности финансовых операций.
21. Организация тесного взаимодействия с потребителями. Кастомизация общения. Директ маркетинг
22. Организация торговых площадок в Интернет. Обзор российских торговых площадок.
23. Законодательство в области электронной коммерции и Интернет.
24. Структурный обзор корпоративных сайтов предприятий Краснодарского края в сети Интернет.

Критерии оценки (в баллах):

20 баллов выставляется обучающемуся, если он без ошибок подготовил доклад. Содержание и оформление доклада соответствует требованиям в полном объеме. Уровень сформированности компетенций соответствует продвинутому уровню;
19-14 балла выставляется обучающемуся, если он с незначительными замечаниями по содержанию или оформлению подготовил отчет по реферату. Уровень сформированности компетенций соответствует повышенному уровню;

13-10 балла выставляется обучающемуся, если он с ошибками подготовил отчет по реферату. Содержание и оформление реферата соответствует требованиям не менее, чем на 50 процентов. Уровень сформированности компетенций соответствует базовому уровню.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура зачетного билета

<i>Наименование оценочного материала</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Задание</i>	<i>10</i>

Перечень вопросов к зачету с оценкой

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету с оценкой
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
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.	Рынок интерактивных информационных услуг.
14.	Структура информационного рынка
15.	Информационные посредники и конечные пользователи.
16.	Новые виды информационных технологий
17.	Современные информационные технологии. Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет
18.	Межсоединение. Уровни взаимодействия между компьютерами в Интернет. Межсетевой протокол IP.
19.	IP адреса, их классификация. Пример подключения локальной сети организации к Интернет
20.	Методика расчета стоимости межсоединений
21.	Виды цен на информационном рынке.
22.	Расчет цены информационного продукта
23.	Обобщенная схема товародвижения информационных продуктов и

	действующих видов цен
24.	Основные этапы ценообразования. Необходимые условия рыночного ценообразования
25.	Принципы установления цены на информационном рынке. Внешние факторы ценообразования
26.	Внутренние факторы ценообразования. Цели и методы ценообразования
27.	Стратегия ценообразования. Ценовая тактика и страхование цен
28.	Политика распределения. Канал сбыта. Эффективность. Преимущества и недостатки
29.	Категории электронной коммерции. Сфера применения электронной коммерции. Новые элементы в современном бизнесе
30.	Интернет - магазины. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет - магазинов
31.	Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет - магазинов
32.	Характеристики программного обеспечения Интернет - магазинов. Способы оплаты товара. Способы доставки товара
33.	Аукцион. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах
34.	Виды торговых площадок. Выгоды и риски участников рынка.
35.	Бизнес - модели торговых площадок организаций
36.	Структура торговой площадки. Компоненты, реализация которых важна для всех типов площадок
37.	Методы обеспечения безопасности. Шифрование.
38.	Цифровая подпись
39.	Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей
40.	Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.
41.	Дебетовые системы. Электронные чеки.
42.	Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег
43.	Интернет – банкинг. Преимущества и недостатки Интернет – банкинга
44.	Интернет – трейдинг. Электронный брокер
45.	Системы прямого доступа. Их преимущества и недостатки.
46.	Интернет-страхование в сети Интернет
47.	Бизнес-модели сайтов. Финансирование Интернет-сайтов
48.	Этапы создания Web – сайта.
49.	Исполнители проекта. Выбор поставщика услуг.
50.	Выбор места размещения Web – сервера
51.	Доменное имя. Процедура регистрации доменного имени.
52.	Принципы первоначального привлечения посетителей на сайт
53.	Принципы удержания посетителей Web – сайтов.
54.	Организация обратной связи с аудиторией Web – сервера
55.	Методы идентификации пользователей.
56.	Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей на сайте
57.	Счетчики, устанавливаемые на Web - сайт
58.	Оценка экономической эффективности работы сайта
59.	Характер рекламной кампании фирмы в Интернете.
60.	Преимущества рекламы в Интернете
61.	Разновидности рекламы в Интернете. Баннерная реклама.

62.	Поисковые системы и каталоги в Интернете. E-mail реклама.
63.	Списки рассылки и дискуссионные листы. Эффективность рекламы в Интернете.
64.	Электронные платежные системы. Эмитенты и эквайеры
65.	Процессинговый центр
66.	Платежная система. Кредитные и дебетовые платежные системы
67.	Микропроцессорные и пластиковые карты
68.	Виды пластиковых карт. Смарт-карты
69.	Соотношение «стоимость/эффективность». POS-терминалы.
70.	Эволюция платежных систем. Электронные наличные. Принципы построения платежных систем на микропроцессорных картах
71.	Технологические основы и технические средства создания платежных систем. Организация оплаты с использованием кредитной карты.
72.	Эффективность организации платежных систем на базе пластиковых карт
73.	Платежные системы с предварительной авторизацией
74.	Платежные системы для микроплатежей. Перспективы электронных платежных систем
75.	Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе.
76.	Динамика экономических показателей в сфере электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера

Практические задания к зачету с оценкой:

1.	Войдите на сайт https://www.quay.com.au/ Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели. Определите: • основные структурные элементы в построении Web-сайта; • способы регистрации пользователей; • используемые платежные системы; • способы доставки товара; • методы работы с посетителями сайта. В ответ включите скриншоты: - главной страницы - страницы регистрации - страницы оформления заказа
2.	Войдите на сайт http://drurybuildings.com/ Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции. Определите: • основные структурные элементы в построении Web-сайта; • способы регистрации пользователей; • используемые платежные системы; • способы доставки товара; • методы работы с посетителями сайта. В ответ включите скриншоты: - главной страницы - страницы регистрации

	- страницы оформления заказа
3.	Оценка окупаемости и доходности Web-сайта Предположим, что организация предполагает реализовать проект в сети Интернет. Известно, что только 3% посетителей станут покупателями товаров в нем. Определите, при известных цене товара (\$5) и числе посетителей (1000 чел.) возможный доход от реализации товара через Интернет-?
4.	Анализ сайтов типа Интернет-магазин (кафе) по следующим параметрам: http://shizuku.com.au/ - цели и целевая аудитория сайта, соответствие содержания возможной цели; - оцените удобство навигации по сайту, - соответствие дизайна содержанию, - удобство оформления заказа.
5.	Создайте модель Web-сайта с помощью одного из конструкторов
6.	Найти Интернет сайты электронных предприятий (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 , входящего на электронный рынок и оценки бизнес-плана
9.	Разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия.
10.	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта Интернет-предприятия.
11.	Войдите на сайт http://www.ilbucoristorante.it/ Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции. Определите: • основные структурные элементы в построении Web-сайта; • способы регистрации пользователей; • используемые платежные системы; • способы доставки товара; • методы работы с посетителями сайта. В ответ включите скриншоты: - главной страницы - страницы регистрации - страницы оформления заказа

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-3. Анализ, обоснование и выбор решения	ПК-3.3 Оценка эффективности и каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью	Знает верно и в полном объеме: информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа Умеет верно и в полном объеме: применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев	Продвинутый
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.3 Выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации	Знает верно и в полном объеме: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Умеет верно и в полном объеме: представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-3. Анализ, обоснование и выбор решения	ПК-3.3 Оценка эффективности и каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем	Знает с незначительными замечаниями: информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа Умеет с незначительными замечаниями: применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев;	Повышенный
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.3 Выявление, анализ и оценка несоответствия	Знает с незначительными замечаниями: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации	

			ия между параметрами текущего и будущего состояний организации	бизнес-анализа. Умеет с незначительными замечаниями: представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.	
50 – 69 балло в	«удовлетворительно»	ПК-3. Анализ, обоснование и выбор решения	ПК-3.3 Оценка эффективности и каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем	Знает на базовом уровне, с ошибками: информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа Умеет на базовом уровне, с ошибками: применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев.	Базовый
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.3 Выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации	Знает на базовом уровне, с ошибками: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа Умеет на базовом уровне, с ошибками: представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.	
менее 50 балло в	«неудовлетворительно»	ПК-3. Анализ, обоснование и выбор решения	ПК-3.3 Оценка эффективности и каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем	Не знает на базовом уровне: информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа Не умеет на базовом уровне применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа;	Компетенции не сформированы

				проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев.	
		ПК-4. Определение направлений развития организации	ПК-4.3 Выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации	Не знает на базовом уровне: сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа. Не умеет на базовом уровне: представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.	